

**MINAT PENGGUNAAN PRODUK *E-MONEY* DI KALANGAN
MAHASISWA YOGYAKARTA
(Analisis Faktor Pengaruh Berdasarkan Perspektif TAM dan TPB)**



SKRIPSI

**DIAJUKAN KEPADA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA
SEBAGAI SALAH SATU SYARAT MEMPEROLEH GELAR STRATA
SATU DALAM ILMU EKONOMI ISLAM**

Oleh:

Ahmad Ma'ruf
NIM: 12820065

Pembimbing:

Jauhar Faradis, S.H.I, M.A.
NIP. 19840523 201101 1 008

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA
2016**

ABSTRAK

Penelitian ini menganalisa faktor-faktor yang mempengaruhi minat penggunaan produk *e-money* sebagai alat pembayaran baru di Indonesia dengan mengangkat studi empiris pada mahasiswa Yogyakarta (UGM, UNY, UIN Yogyakarta). Penelitian ini menggunakan integrasi dua teori, yaitu *Technology Acceptance Model* (TAM) dan *Theory Planned Behavior* (TPB). Penelitian ini bersifat kuantitatif deskriptif dan eksploratif. Pada pengujian hipotesis digunakan metode *Structural Equation Modelling* (SEM) untuk membuktikan pengaruh hipotesis penelitian. Hasil penelitian ini mendapati bahwa minat perilaku (*behavioral intention to use*) penggunaan produk *e-money* dipengaruhi oleh sikap terhadap penggunaan teknologi (*attitude toward using*) dan control perilaku persepsian (*perceived behavioral control*). Kemudian disimpulkan juga bahwa kontrol perilaku persepsian (*perceived behavioral control*) memiliki pengaruh paling besar terhadap minat perilaku menggunakan teknologi (*behavioral intention to use*).

Kata kunci: *e-money*, *Technology Acceptance Model*, *Theory Planned Behavior*, minat, kegunaan persepsian, kemudahan penggunaan persepsian, sikap, kontrol perilaku persepsian, dan norma subyektif.

ABSTRACT

This research analyzed the factors which influence the intention to use e-money products as the new payment instruments in Indonesia by conducting the empirical study on Yogyakarta students (UGM, UNY, UIN Yogyakarta). The research based on the two integrated theories, Technology Acceptance Model (TAM) and Theory Planned Behavior (TPB). The research is quantitative, descriptive, and explorative. On the hypothesis, the method of Structural Equation Modeling (SEM) was employed to test the research-hypothesized influence. The result found that the behavioral intention to use of e-money products was influenced by attitude toward using technology and perceived behavioral control. In the other conclusion, perceived behavioral control mostly had on behavioral intention to use.

Keywords: e-money, technology acceptance model, theory planned behavior, intention, perceived use, perceived ease of use, attitude, perceived behavioral control, and subjective norms.



SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI

Hal : Skripsi Saudara Ahmad Ma'ruf

Kepada
**Yth. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Sunan Kalijaga
Di Yogyakarta.**

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah membaca, meneliti dan mengoreksi serta menyarankan perbaikan seperlunya, maka kami berpendapat bahwa skripsi saudara:

Nama : Ahmad Ma'ruf
NIM : 12820065
Judul Skripsi : **"MINAT PENGGUNAAN PRODUK E-MONEY DI KALANGAN MAHASISWA YOGYAKARTA (Analisis Faktor Pengaruh Berdasarkan Perspektif TAM dan TPB)"**

Sudah dapat diajukan kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam program studi Perbankan Syari'ah Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana strata satu dalam Ilmu Ekonomi Islam.

Dengan ini kami mengharapkan agar skripsi saudara tersebut dapat segera dimunaqosyahkan. Untuk itu kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 25 Oktober 2016

Pembimbing,


Jauhar Faradis, S.H.I, M.A.
NIP. 19840523 201101 1 008



PENGESAHAN SKRIPSI
Nomor :B-1700.7/Un.02/DEB/PP.05.3/12/2016

Skripsi/tugas akhir dengan judul:

“MINAT PENGGUNAAN PRODUK *E-MONEY* DI KALANGAN MAHASISWA YOGYAKARTA (Analisis Faktor Pengaruh Berdasarkan Perspektif TAM dan TPB)”

Nama : Ahmad Ma'ruf
NIM : 12820065
Telah dimunaqasyahkan pada : 30 November 2016
Nilai : A-

Dan dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.

TIM MUNAQASYAH:

Ketua Sidang

Jaufar Faradis, S.H.I, M.A.
NIP. 19840523 201101 1 008

Penguji I

Ibi Satibi, S.H.I., M.A.
NIP. 19770910 200901 1 011

Penguji II

Sunarsih, SE, M.Si.
NIP. 19740911 199903 2 001

Yogyakarta, 2 Desember 2016
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Dekan,



Dr. Syafiq Mahmadah Hanafi, M.Ag.
NIP. 19670518 199703 1 003

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ahmad Ma'ruf
NIM : 12820065
Prodi : Perbankan Syariah

Menyatakan bahwa skripsi saya berjudul **“MINAT PENGGUNAAN PRODUK E-MONEY DI KALANGAN MAHASISWA YOGYAKARTA (Analisis Faktor Pengaruh Berdasarkan Perspektif TAM dan TPB)”** adalah benar-benar merupakan hasil karya penyusun sendiri, bukan duplikasi ataupun saduran dari karya orang lain kecuali pada bagian yang telah dirujuk dan disebut dalam *body note* dan daftar pustaka. Apabila di lain waktu terbukti adanya pengimpangan dalam karya ini, maka tanggung jawab sepenuhnya ada pada penyusun.

Demikian surat pernyataan ini saya buat agar dapat dimaklumi.

Yogyakarta, 25 Oktober 2016 M
Penyusun,

Ahmad Ma'ruf
12820065



**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS
AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK**

Sebagai civitas akademika UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ahmad Ma'ruf

NIM : 12820065

Program Studi : Perbankan Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*non-exclusive royalty free right*) atas karya ilmiah saya berjudul:

“MINAT PENGGUNAAN PRODUK E-MONEY DI KALANGAN MAHASISWA YOGYAKARTA (Analisis Faktor Pengaruh Berdasarkan Perspektif TAM dan TPB)”

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non Eksklusif ini, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pengkalan data (*database*), merawat, dan memublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta.

Dibuat di : Yogyakarta
Pada tanggal : 25 Oktober
2016

Yang membuat pernyataan



(Ahmad Ma'ruf)

MOTTO

Don't lose the faith, keep praying and trying !!!

PERSEMBAHAN

Teruntuk kedua orang tua saya dan semuanya.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan karunianya sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini. Shalawat dan salam penulis haturkan kepada Nabi Muhammad SAW. Semoga kita mampu meneladani akhlaq Belia dan mendapat syafaatnya di kehidupanselanjutnya kelak.

Penulis sadar bahwa lancarnya penyusunan tugas akhir ini tidak mungkin tercapai tanpa berbagai pihak. Berkat doa, bantuan dan motivasi dari mereka akhirnya tugas akhir ini dapat selesai.

Oleh karena itu, penulis mengucapkan terimakasih kepada semua pihak, yaitu antara lain kepada:

1. Bapak Prof. Drs. Yudian Wahyudi, M.A., Ph.D. selaku Rektor UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Bapak Dr. H. Syafiq Mahmadah Hanafi, M.Ag. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta beserta jajarannya.
3. Bapak Joko Setyono, SE., M.Si. selaku Kaprodi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
4. Bapak Misnen Ardiansyah, S.E., M.SI., CA. selaku Dosen Pembimbing Akademik penulis di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
5. Bapak Jauhar Faradis, S.H.I, M.A. selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan arahan dan masukan bagi penulis dalam penyusunan tugas akhir ini.

6. Keluarga besar civitas akademika UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta yang telah memberikan banyak ilmu dan pengetahuan kepada penulis.
7. Bapak Achmad Djuhri dan Ibu Musriyah serta semua saudara kandung yang telah mendoakan serta mencurahkan daya dan upayanya kepada penulis untuk terus belajar dan berkarya.
8. Pricilia yang turut memberikan spirit untuk terus berusaha maksimal dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
9. Teman-teman Prodi Perbankan Syariah angkatan 2012 yang telah berjuang bersama dan membantu penulis selama berada di Yogyakarta.
10. GenBI DIY dan Bank Indonesia yang telah memberikan banyak pengalaman serta turut membentuk tanggung jawab dan integritas kepemimpinan yang positif bagi penulis.
11. Pondok Pesantren Nahdlotut Talamidz Jombor Banyumas, yang telah mendidik penulis.
12. Semua pihak yang telah membantu penulis selama menempuh studi dan menyelesaikan penyusunan tugas akhir ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu.

Semoga semua yang telah diberikan menjadi amal baik yang akan diberi ganjaran oleh Allah SWT. Dan semoga hasil karya ini dapat bermanfaat bagi penulis khususnya dan bagi seluruh pembaca umumnya. Aamiin.

Yogyakarta, 25 Oktober 2016

Penyusun,

Ahmad Ma'ruf
12820065

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
ABSTRAK	ii
SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI	iv
PENGESAHAN SKRIPSI	v
SURAT PERNYATAAN	vi
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK	vii
MOTTO	viii
PERSEMBAHAN	ix
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
I.1 Latar Belakang Masalah	1
I.2 Rumusan	7
I.3 Batasan Masalah	6
I.4 Tujuan dan Kegunaan Penelitian	8
I.4.1 Tujuan	8
I.4.2 Kegunaan	9
I.5 Sistematika Penulisan	10
BAB II LANDASAN TEORI	10
2.1 Telaah Pustaka	10
2.2 Landasan Teori	12
2.2.1 Perkembangan Sistem Pembayaran di Indonesia	12
2.2.2 E-money	15
a. Definisi E-money	15
b. Teknis E-money	16
c. Pihak-pihak yang Terlibat dalam Penggunaan E-money	17
d. Prinsip-prinsip Syariah Produk E-money	20
2.2.3 Theory of Reasoned Action (TRA)	24
2.2.4 Technology Acceptance Model (TAM)	25
2.2.5 Theory of Planned Behavioral (TPB)	26
2.3 Kerangka Berfikir	27
2.4 Hipotesis	29
BAB III METODE PENELITIAN	38
3.1 Jenis dan Sifat Penelitian	38

3.2	Obyek Penelitian	38
3.2.1	Metode Pemilihan Sampel	38
3.2.2	Karakteristik Sampel	39
3.2.3	Teknik Penentuan Jumlah Sampel	40
3.3	Definisi Operasional Variabel	41
3.3.1	Variabel Laten	41
3.3.2	Variabel Teramati	44
3.4	Teknik Analisis Data	46
3.4.1	Evaluasi Model Pengukuran	47
3.4.2	Evaluasi Model Struktural dan Pengujian Hipotesis	48
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN		50
4.1	Deskripsi Lokasi Penelitian	50
4.2	Analisis Deskriptif	52
4.1.1	Hasil Penyebaran Kuesioner	52
4.1.2	Karakteristik Responden	53
4.3	Evaluasi Model Pengukuran	56
4.2.1	Uji Validitas	56
4.2.2	Uji Reliabilitas	60
4.4	Evaluasi Model Struktural dan Pengujian Hipotesis	61
4.3.1	Nilai R-square	61
4.3.2	Ukuran Efek (f-square effect size)	63
4.3.3	Uji Signifikansi	65
4.5	Pembahasan	72
BAB V PENUTUP		81
5.1	Kesimpulan	81
5.2	Saran	84
DAFTAR PUSTAKA		85
LAMPIRAN		87

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Jumlah Peredaran Unag Elektronik di Indonesia	2
Gambar 2.1 Model Theory Reasoned Action (TRA).....	21
Gambar 2.2 Model Technology Acceptancy Model (TAM)	22
Gambar 2.3 Model Theory of Planned Behavioral (TPB)	24
Gambar 2.4 Model Pemikiran Teoritis	25
Gambar 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	48
Gambar 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	49
Gambar 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Perguruan Tinggi	50
Gambar 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Uang Saku/Pendapatan	50
Gambar 4.5 Output PLS Algorithm	60
Gambar 4.6 Outpt Bootstrapping	61

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Daftar Penerbit Uang Elektronik.....	18
Tabel 2.2 Definisi Variabel Penelitian	25
Tabel 3.1 Panduan Menentukan Ukuran Sampel Model SEM-PLS	37
Tabel 3.2 Pembagian Variabel Teramati.....	42
Tabel 4.1 Jumlah Responden dan Pemngembalian Kuesioner	47
Tabel 4.2 Nilai Loading Factor	52
Tabel 4.3 Nilai Average Variance Extracted (AVE)	53
Tabel 4.4 Nilai Cross Loading	54
Tabel 4.5 Nilai Cronbach's Alpha	55
Tabel 4.6 Nilai Composite Reliability	56
Tabel 4.7 Nilai R-squares.....	57
Tabel 4.8 Nilai F-square effect size	58
Tabel 4.9 Nilai Koefisien dan T-statistics.....	61

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I Kuesioner Penelitian	80
Lampiran II Hasil Evaluasi Pengukuran	83
Lampiran III Hasil Evaluasi Model Struktural.....	85
Lampiran IV Data Kuesioner Penelitian	87
Lampiran V Curriculum Vitae	90

BAB I

PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang Masalah

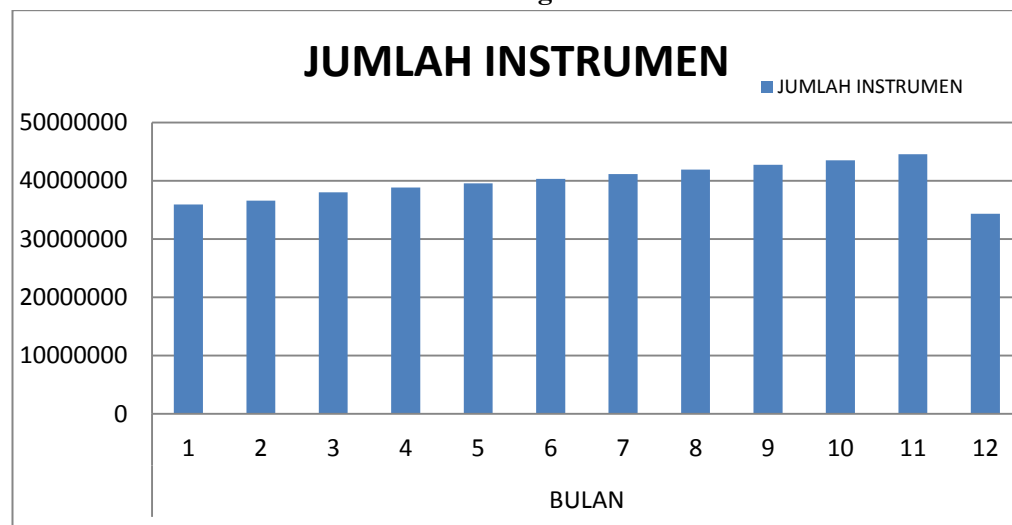
Berkembangnya ilmu pengetahuan dan teknologi berhasil merubah pola hidup dan sistem pembayaran transaksi ekonomi di dalam masyarakat. Dewasa ini, kemajuan teknologi dalam sistem pembayaran secara bertahap mampu menggeser uang tunai (*currency*) sebagai alat pembayaran ke dalam bentuk pembayaran non tunai yang lebih efektif dan efisien. Pada masa lalu seseorang harus membayar tagihan-tagihan dengan mengirimkan cek lewat pos, tetapi sekarang bank menyediakan situs-situs Web di mana seseorang bisa masuk ke dalamnya, dengan mengklik beberapa tombol dan dengan cara demikian, pembayaran atas tagihan seseorang dapat dilakukan secara elektronik. Dengan adanya teknologi dan komunikasi yang terus berkembang menyebabkan industri perbankan ikut melakukan inovasi-inovasi dalam sistem pembayarannya, termasuk pembayaran dalam bentuk elektronik (*electronic payment*). Beberapa contoh pembayaran elektronik yang sudah dikenal di Indonesia saat ini antara lain *phone banking*, *internet banking*, pembayaran dengan kartu kredit serta kartu debit/kartu ATM.

Sistem pembayaran elektronik kian mengalami perkembangan. Masyarakat biasa mengenal pembayaran non tunai dilakukan dengan cara transfer antar bank maupun lintas bank yang dilakukan di internal bank atau menggunakan mesin ATM. Akan tetapi kini masyarakat dapat melakukan transaksi menggunakan *e-money* yang memiliki perbedaan dengan pembayaran elektronik sebelumnya. Pembayaran yang dilakukan dengan menggunakan *e-*

money tidak memerlukan proses otorisasi dan keterkaitan secara langsung (*online*) dengan rekening nasabah di bank. Hal ini dapat terjadi karena *e-money* merupakan produk *stored value* dimana sejumlah nilai dana tertentu (*monetary value*) telah terekam (tersimpan) dalam alat pembayaran yang digunakan tersebut (Bank Indonesia, 2006).

E-money merupakan alat pembayaran yang baru di Indonesia. Dengan populasi penduduk yang tinggi, pengguna *e-money* masih relatif sedikit dibandingkan negara-negara di kawasan ASEAN. Akan tetapi, semenjak tahun 2009 Indonesia mengalami kenaikan jumlah uang elektronik yang beredar dan jumlah transaksi *e-money*. Berikut data laporan jumlah uang elektronik beredar selama tahun 2015.

Gambar 1.1
Jumlah Peredaran Uang Elektronik di Indonesia



Sumber: Bank Indonesia (data diolah)

Pemerintah melalui Bank Indonesia pada tanggal 14 Agustus 2014 secara resmi mencanangkan Gerakan Nasional Non Tunai (GNNT), yaitu program untuk mensosialisasikan kepada masyarakat dan pelaku ekonomi mengenai penggunaan uang elektronik. Pencanangan dimaksudkan untuk

meningkatkan kesadaran masyarakat, pelaku bisnis dan juga lembaga-lembaga pemerintah untuk menggunakan sarana pembayaran non tunai dalam melakukan transaksi keuangan, yang tentunya mudah, aman dan efisien (bi.go.id). Peran Bank Indonesia dalam pengawasan peredaran uang Rupiah merupakan tugas yang cukup menantang, mengingat letak geografis yang luas dan masyarakat yang sangat banyak. Riset Bank Indonesia (2006) menyatakan bahwa meskipun sebagian masyarakat menganggap bahwa uang kas merupakan alat/instrumen pembayaran yang bebas biaya, praktis dan efisien, namun apabila dilihat dari prespektif perekonomian secara luas, penggunaan uang kas dalam jumlah yang sangat besar dalam jangka panjang akan menimbulkan beban bagi perekonomian terutama berkaitan dengan *cash handling* dan rendahnya *velocity of money*.

Bank Indonesia terus berusaha supaya sistem pembayaran yang ada yaitu sistem pembayaran tunai yang selama ini dilakukan dalam masyarakat beralih menjadi sistem pembayaran non tunai (*cash less society*). Sistem pembayaran non tunai dianggap lebih praktis karena pengguna tidak perlu membawa uang kartal ke mana-mana. Uang elektronik atau biasa dikenal dengan istilah *e-money* memiliki dua jenis yaitu: *card-based product* dimana nilai elektronik disimpan dalam media *integrated circuit* (IC) yang tertanam dalam kartu; dan *software-based product* dimana nilai elektronik disimpan dalam bentuk *software* yang terdapat pada *personal computer* (Bank Indonesia). Produk *e-money* yang telah dikeluarkan oleh penerbit yang disahkan oleh Bank Indonesia diantaranya adalah Flazz dari BCA, *e-money* dari Bank Mandiri, *e-money* Bank Mega, Brizzi dari BRI, selain itu ada juga *e-*

money yang berwujud aplikasi seperti T-cash dari telkomsel, XL Tunai dari XL Axiata, dan Dompetku dari Indosat.

Trend penggunaan *e-money* kian mengalami kenaikan, namun masih banyak masyarakat yang belum memahami cara kerja dan teknis penggunaannya, sebagian masyarakat beranggapan bahwa *e-money* tidak berbeda dengan kartu debit dan atau kartu kredit yang harus melakukan otorisasi menggunakan PIN setiap melakukan transaksi. Selain itu masyarakat masih ragu dengan sistem keamanan yang menjamin transaksinya, sehingga mereka memilih untuk tetap menggunakan sistem pembayaran tunai.

Tidak bisa dipungkiri bahwa sebagian mahasiswa Yogyakarta adalah orang-orang yang melek terhadap teknologi. Jenjang pendidikan tinggi menjadikan mahasiswa sebagai agen perubahan dituntut untuk melakukan hampir sebagian pekerjaannya menggunakan produk-produk teknologi yang sudah meluas di kalangan mahasiswa, termasuk dalam sistem pembayaran yang mereka gunakan. Segala kebutuhan dengan cepat didukung oleh kemajuan teknologi. Gaya hidup pelan-pelan terjadi penyesuaian di kalangan mahasiswa Yogyakarta yang berorientasi pada acuan *trend* global. Termasuk dalam hal transaksi secara langsung di pusat-pusat perbelanjaan maupun secara *online*.

Mahasiswa sebagai kaum terpelajar memiliki sifat terbuka terhadap perkembangan teknologi. Sistem pembayaran non tunai banyak diminati oleh kalangan mahasiswa terutama karena faktor manfaat yang didapatkan seperti proses pembayaran yang lebih cepat. Berdasarkan observasi yang telah dilakukan sebelum penelitian ini dilaksanakan menemukan bahwa alasan

mahasiswa Yogyakarta pemakai sistem pembayaran non tunai mengadopsi teknologi pembayaran non tunai adalah lebih cepat dalam penyelesaian pembayaran, efisien, dan keuntungan berupa diskon yang didapat saat digunakan di *merchant-merchant* tertentu.

Minat individu dalam penggunaan *e-money* mampu diukur menggunakan teori yang dapat mendeskripsikan tingkat penerimaan dan penggunaan terhadap suatu teknologi. Dalam penelitian ini teori penerimaan yang digunakan yaitu teori gabungan antara *Technology Acceptance Model* (TAM) yang dikembangkan oleh Davis (1986) dan *Theory of Planned Behavioral* (TPB) yang dikembangkan oleh Ajzen (1991). Melalui teori gabungan TAM dan TPB, dapat dipahami bahwa reaksi dan persepsi pengguna terhadap teknologi dapat mempengaruhi sikapnya dalam penerimaan penggunaan teknologi. Teori gabungan antara TAM dan TPB digunakan karena pada model TAM pengaruh dari faktor sosial dan faktor kontrol dalam perilaku tidak dimasukkan. Padahal faktor-faktor tersebut sebenarnya sudah ditemukan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap perilaku penggunaan teknologi informasi (Lisa, 2015: 3).

Pada TPB, minat (*behavioral intention*) seseorang dipengaruhi oleh sikap, norma-norma subyektif, dan persepsi kontrol perilaku. Menurut Jogiyanto (2007: 63) TPB secara eksplisit mengenal kemungkinan bahwa banyak perilaku tidak semuanya dibawah kontrol penuh sehingga konsep dan persepsi kontrol perilaku ditambahkan untuk menangani perilaku-perilaku semacam ini. Selanjutnya, model TAM menambahkan dua konstruk tambahan ke dalam konstruk di atas, yaitu persepsi manfaat dan persepsi kemudahan

penggunaan. TAM berargumentasi bahwa penerimaan individual terhadap teknologi (dalam hal ini produk *e-money*) ditentukan oleh dua konstruk tersebut.

Oleh karena itu, penulis ingin mengkaji lebih lanjut apakah faktor-faktor yang terdapat dalam model TAM dan TPB menjadi alasan individu berminat untuk menggunakan produk *e-money*. Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan di atas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul: **“MINAT PENGGUNAAN PRODUK *E-MONEY* DI KALANGAN MAHASISWA YOGYAKARTA (Analisis Faktor Pengaruh Berdasarkan Perspektif TAM dan TPB)”**.

I.2 Rumusan Masalah

Seiring dengan perkembangan teknologi membuat industri perbankan melakukan inovasi sistem pembayaran yang lebih efektif dan efisien. *E-money* sebagai alat pembayaran mikro maupun ritel dianggap lebih praktis dibandingkan menggunakan uang *cash*. Hal ini menuntut masyarakat sebagai pengguna layanan perbankan untuk lebih melek terhadap teknologi. Fenomenanya pengetahuan masyarakat terhadap *e-money* masih rendah, bahkan sebagian dari mereka belum bisa membedakan antara *e-money* dengan produk pembayaran non tunai yang lainnya. Berdasarkan latar belakang masalah di atas maka penulis akan merumuskan permasalahan berkaitan dengan penggunaan *e-money* yaitu sebagai berikut:

1. Apakah persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) berpengaruh terhadap sikap (*attitude*)?

2. Apakah persepsi manfaat (*perceived usefulness*) berpengaruh terhadap sikap (*attitude*)?
3. Apakah persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) berpengaruh terhadap persepsi manfaat (*perceived usefulness*)?
4. Apakah persepsi manfaat (*perceived usefulness*) berpengaruh terhadap minat perilaku menggunakan *e-money* (*behavioral intention to use*)?
5. Apakah norma subyektif (*subjective norm*) berpengaruh terhadap persepsi manfaat (*perceived usefulness*)?
6. Apakah norma subyektif (*subjective norm*) berpengaruh terhadap minat perilaku menggunakan *e-money* (*behavioral intention to use*)?
7. Apakah persepsi kontrol perilaku (*perceived behavioral control*) berpengaruh terhadap persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*)?
8. Apakah persepsi kontrol perilaku (*perceived behavioral control*) berpengaruh terhadap minat perilaku menggunakan *e-money* (*behavioral intention to use*)?
9. Apakah sikap (*attitude*) berpengaruh terhadap minat perilaku menggunakan *e-money* (*behavioral intention to use*)?

I.3 Batasan

Dalam penelitian ini, penulis hanya akan meneliti mahasiswa pengguna produk *e-money*, karena mahasiswa dianggap mampu untuk merepresentasikan pengguna *e-money* secara keseluruhan. Selain itu mahasiswa juga memiliki pengetahuan yang cukup tentang *e-money*. Mahasiswa yang menjadi responden berasal dari tiga perguruan tinggi negeri yang ada di Yogyakarta, yaitu

Universitas Islam Negeri Yogyakarta, Universitas Gadjah Mada (UGM),
Universitas Negeri Yogyakarta (UNY).

I.4 Tujuan dan Kegunaan Penelitian

I.4.1 Tujuan

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah untuk:

1. Mengetahui apakah persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) berpengaruh terhadap sikap (*attitude*).
2. Mengetahui apakah persepsi manfaat (*perceived usefulness*) berpengaruh terhadap sikap (*attitude*).
3. Mengetahui apakah persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) berpengaruh terhadap persepsi manfaat (*perceived usefulness*).
4. Mengetahui apakah persepsi manfaat (*perceived usefulness*) berpengaruh terhadap minat perilaku menggunakan *e-money* (*behavioral intention to use*).
5. Mengetahui apakah norma subyektif (*subjective norm*) berpengaruh terhadap persepsi manfaat (*perceived usefulness*).
6. Mengetahui apakah norma subyektif (*subjective norm*) berpengaruh terhadap minat perilaku menggunakan *e-money* (*behavioral intention to use*).
7. Mengetahui apakah persepsi kontrol perilaku (*perceived behavioral control*) berpengaruh terhadap persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*).

8. Mengetahui apakah persepsi kontrol perilaku (*perceived behavioral control*) berpengaruh terhadap minat perilaku menggunakan *e-money* (*behavioral intention to use*).
9. Mengetahui apakah sikap (*attitude*) berpengaruh terhadap minat perilaku menggunakan *e-money* (*behavioral intention to use*).

I.4.2 Kegunaan

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah:

1. Bagi masyarakat, diharapkan penelitian ini dapat digunakan sebagai informasi terkait alat pembayaran non tunai khususnya *e-money*.
2. Bagi pemerintah, diharapkan penelitian ini dapat memberikan kontribusi terhadap program Gerakan Nasional Non Tunai (GNNT) oleh Bank Indonesia dan membantu mensosialisasikan penggunaan *e-money* terkait aspek-aspek dalam peningkatan pengetahuan masyarakat terhadap *e-money*.
3. Bagi perusahaan, diharapkan penelitian ini dapat menjadi informasi untuk menentukan strategi pemasaran alat pembayaran non tunai.
4. Bagi akademisi, diharapkan penelitian ini dapat menjadi bahan rujukan tentang alat pembayaran *e-money* dan untuk penelitian selanjutnya.

I.5 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan ini bertujuan agar pembaca dapat memperoleh pemahaman secara runtut dan sistematis. Sistematika penulisan dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

Bab pertama yaitu pendahuluan yang menjelaskan mengenai latar belakang dari permasalahan yang diangkat, rumusan masalah, tujuan, dan kegunaan penelitian.

Bab kedua yaitu kerangka teori dan pengembangan hipotesis. Bab ini berisi telaah pustaka yang untuk memperjelas letak perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya. Bagian lain dalam bab ini adalah kerangka teoritis dan hipotesis penelitian.

Bab ketiga yaitu metode penelitian yang menjelaskan tentang jenis penelitian, obyek penelitian, pengumpulan data, definisi operasional variabel penelitian, dan teknik analisis data.

Bab keempat yaitu hasil penelitian dan pembahasan. Bab ini berisi deskripsi lokasi penelitian, analisis deskriptif data penelitian, evaluasi model pengukuran, evaluasi model struktural dan pengujian hipotesis.

Bab kelima yaitu penutup, yaitu berisi kesimpulan hasil penelitian terkait minat penggunaan produk *e-money* di kalangan mahasiswa dan saran yang dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan oleh pihak-pihak terkait.

jaringan internet 24 jam, sarana olahraga berstandar internasional, pusat bahasa, laboratorium penelitian modern, dan lingkungan yang asri membuat kampus yang dijuluki *The Green Campus* ini menjadi salah satu universitas terfavorit dan layak diperhitungkan. Untuk menjawab tantangan global, mulai tahun 2008, UNY telah siap menuju *World Class University*.

Pengakuan internasional berupa sertifikasi terhadap kegiatan manajemen, proses, dan fasilitas pendukung sangat diperlukan dalam persaingan di era global. Untuk menuju *World Class University*, UNY saat ini telah berhasil mendapatkan sertifikasi di bidang kegiatan manajemen yaitu Standar manajemen Mutu (SMM) International Organization for standardization (ISO) 9001:2008 (uny.ac.id).

4.1.3 UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

UIN Sunan Kalijaga terletak di jalan Laksda Adi Sucipto Yogyakarta. Kampus ini berada di perbatasan Kota Yogyakarta dan Kabupaten Sleman, tepatnya di Dusun Sapen Kecamatan Depok Sleman dan menempati areal tanah seluas 104.152 m² (Suryadilaga, 2004: 4). Akses menuju kampus ini mudah karena lokasinya yang berada di tengah kota dan dilalui oleh angkutan-angkutan umum yang terdapat di kota tersebut. UIN Sunan Kalijaga memiliki lokasi yang strategis karena dilalui oleh jalan yang menghubungkan Kota Yogyakarta, Klaten, Solo dan sekitarnya.

4.2 Analisis Deskriptif

4.2.1 Hasil Penyebaran Kuesioner

Tabel 4.1
Jumlah Responden dan Pengembalian Kuesioner

Keterangan	Jumlah
Jumlah penyebaran secara manual	100
Jumlah penyebaran secara online	50
Total kuesioner	150
Jumlah pengembalian	141
Jumlah yang tidak kembali	9
Jumlah responden	137
Jumlah kuesioner yang diolah	137
Jumlah kuesioner rusak	4

Sumber: Data primer diolah.

Berdasarkan tabel di atas dapat dijelaskan bahwa dari hasil 150 kuesioner yang dibagikan, sebanyak 137 kuesioner yang dijadikan sampel penelitian. Kuesioner secara online disebar via media sosial tanpa meninggalkan syarat dari sampel yang berlaku dan mendapatkan hasil sebanyak 50 responden. Sedangkan penyebaran secara manual dilakukan di masing-masing perguruan tinggi dan tempat-tempat perbelanjaan dikarenakan banyak responden yang memungkinkan adanya kepemilikan dan transaksi elektronik terjadi di tempat perbelanjaan tersebut. Data yang diolah telah memenuhi syarat minimal sampel yaitu sebanyak 138, namun semakin besar sampel, maka akan meningkatkan ketepatan dan konsistensi hasil estimasi SEM-PLS (Sholihin, 2013: 13).

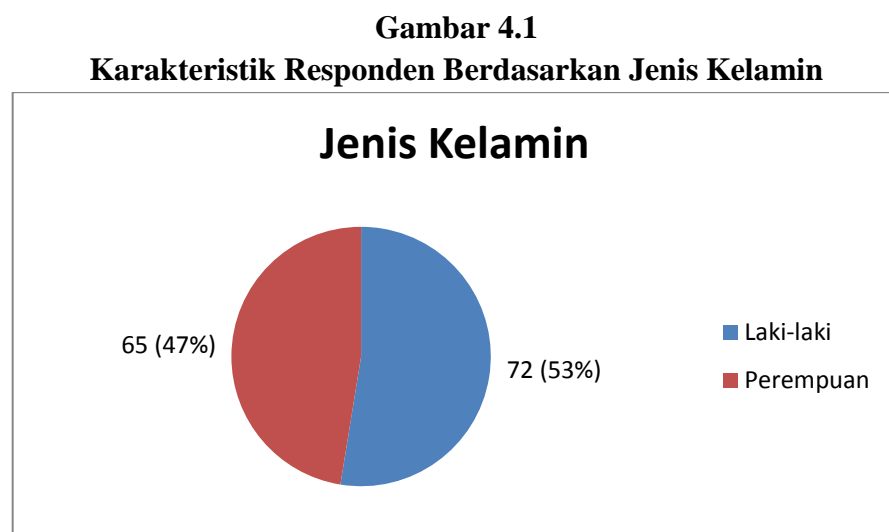
4.2.2 Karakteristik Responden

Penyebaran kuesioner dilakukan pada tanggal 10 Agustus 2016 sampai 26 September 2016. Penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 138 mahasiswa pengguna *e-money*. Berikut adalah analisis deskriptif

yang disajikan berisi tentang beberapa kondisi demografi responden yang meliputi jenis kelamin, usia, perguruan tinggi, dan uang saku / penghasilan per bulan.

a. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Dari penelitian yang telah dilaksanakan, diperoleh perbandingan jumlah responden berdasarkan jenis kelamin sebagai berikut:



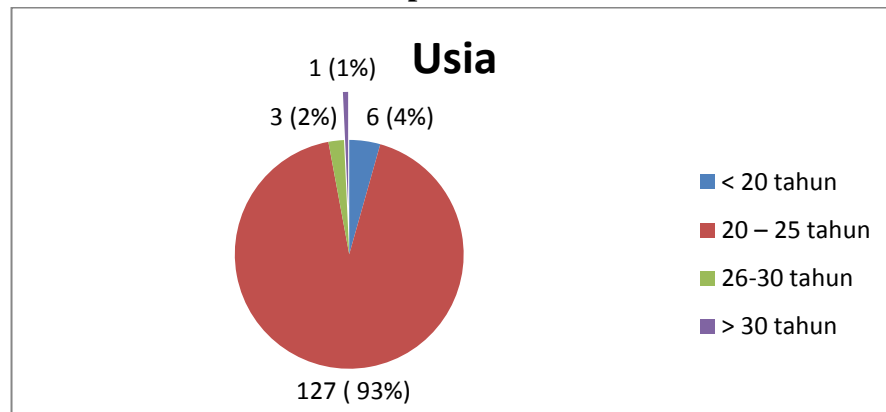
Sumber: Data primer diolah menggunakan MS. Excell.

Berdasarkan diagram di atas dapat dilihat bahwa dari total responden yang ada, jumlah responden dalam penelitian ini didominasi oleh laki-laki yaitu sebanyak 72 responden atau 51,4% dan perempuan sebanyak 68 responden atau 48,6%.

b. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Dari penelitian yang telah dilaksanakan, diperoleh perbandingan jumlah responden berdasarkan usia sebagai berikut:

Gambar 4.2
Karakteristik Responden Berdasarkan Usia



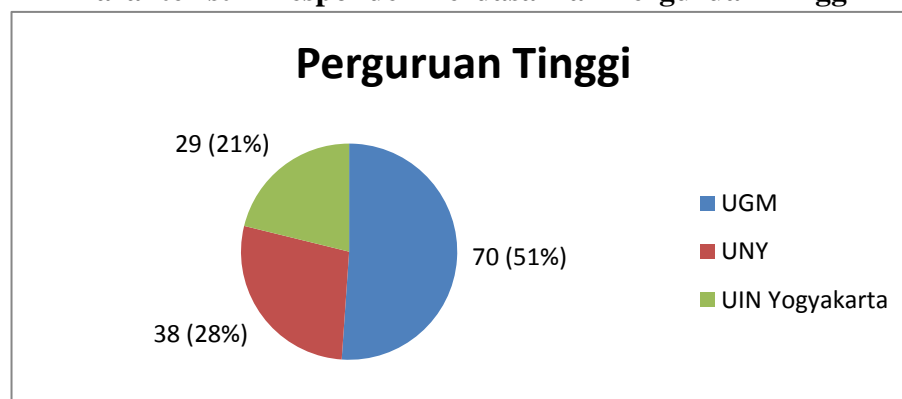
Sumber: Data primer diolah menggunakan MS. Excell.

Berdasarkan total keseluruhan 137 responden, dapat dilihat bahwa mayoritas responden berusia antara 20-25 tahun sebanyak 127 responden atau 93%. Urutan kedua yaitu responden berusia kurang dari 20 tahun sebanyak 6 responden atau 6%. Sementara responden rentang usia 26-30 tahun sebanyak 3 responden atau 2%, dan responden berusia di atas 30 tahun sebanyak 1 responden atau 1%.

c. **Karakteristik Responden Berdasarkan Perguruan Tinggi**

Dari penelitian yang telah dilaksanakan, diperoleh perbandingan jumlah responden berdasarkan perguruan tinggi sebagai berikut:

Gambar 4.3
Karakteristik Responden Berdasarkan Perguruan Tinggi



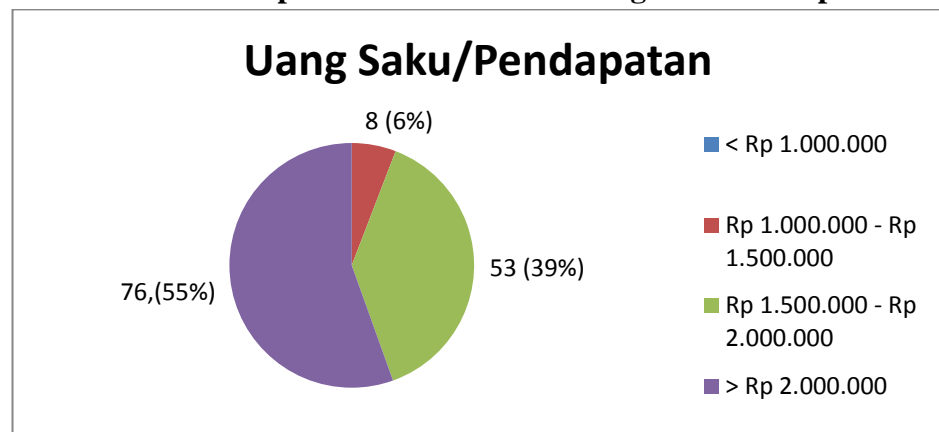
Sumber: Data primer diolah menggunakan MS. Excell.

Berdasarkan diagram 4.3 di atas menunjukkan bahwa mayoritas responden yaitu sebesar 51% atau sebanyak 70 responden berasal dari UGM. Sedangkan urutan kedua sebanyak 38 responden atau 28% berasal dari UNY dan sebesar 21% atau 29 responden selanjutnya berasal dari UIN Yogyakarta.

d. Karakteristik Responden Berdasarkan Uang Saku /Pendapatan

Dari penelitian yang telah dilaksanakan, diperoleh perbandingan jumlah responden berdasarkan uang saku/pendapatan sebagai berikut:

Gambar 4.4
Karakteristik Responden Berdasarkan Uang Saku/Pendapatan



Sumber: Data primer diolah menggunakan MS. Excell

Berdasarkan diagram di atas menunjukkan bahwa mayoritas responden sebanyak 76 responden atau 55% memiliki uang saku/pendapatan lebih dari Rp 2.000.000,- per bulan. Mayoritas kedua sebanyak 53 responden atau 39% memiliki uang saku/pendapatan sebesar Rp 1.500.000,- - Rp 2.000.000,- per bulan. Kemudian sebanyak 8 responden atau 6% selanjutnya memiliki pendapatan sebesar Rp 1.000.000,- - Rp 1.500.000,-. Dari keseluruhan responden

dapat dilihat bahwa tidak ada yang memiliki uang sakau/pendapatan sebesar < Rp 1.000.000,-.

4.3 Evaluasi Model Pengukuran

Pada evaluasi model pengukuran terlebih dahulu dilakukan pengukuran untuk menguji validitas dan reliabilitas indikator-indikator pembentuk konstruk laten. Ghazali (2015: 87) *outer model* dengan indikator reflektif diukur dengan validitas konvergen dan diskriminan dari indikator pembentuk konstruk laten dan *composite reliability* serta *cronbach's alpha* untuk blok indikatornya.

4.2.1 Uji Validitas

a. Validitas Konvergen

Pada uji validitas konvergen dapat diketahui korelasi antar indikator-indikator yang dipakai dalam satu konstruk. Menurut Ghazali (2015) sebuah penelitian dikatakan telah memenuhi syarat validitas konvergen apabila indikator-indikator yang digunakan dalam satu konstruk saling berkorelasi. Nilai *loading factor* harus lebih dari 0,7 untuk penelitian yang bersifat *confirmatory*, dan nilai *loading factor* antara 0,6-0,7 untuk penelitian bersifat *exploratory* masih dapat diterima. Kemudian nilai *Average Variance Extracted (AVE)* harus lebih besar dari 0,5.

Table 4.2
Nilai Loading Factor

INDIKATOR	A	BIU	PBC	PEOU	PU	SN	KETERANGAN (Lolos = Loading > 0.6)
A01	0.729						Lolos
A02	0.813						Lolos
A03	0.817						Lolos
A04	0.747						Lolos
BIU01		0.896					Lolos
BIU02		0.826					Lolos
BIU03		0.843					Lolos
PBC01			0.881				Lolos
PBC02			0.833				Lolos
PBC03			0.862				Lolos
PEOU01				0.866			Lolos
PEOU02				0.848			Lolos
PEOU03				0.652			Lolos
PEOU04				0.610			Lolos
PU01					0.794		Lolos
PU02					0.824		Lolos
PU03					0.793		Lolos
PU04					0.620		Lolos
PU05					0.814		Lolos
SN01						0.856	Lolos
SN02						0.838	Lolos
SN03						0.730	Lolos

Sumber: Data primer diolah menggunakan Program SmartPls (v 3.2.4)

Berdasarkan tabel 4.2 di atas menunjukkan bahwa nilai loading dari semua indikator lebih besar dari batas minimal nilai loading yang disyaratkan. Hal tersebut menunjukkan bahwa semua indikator telah memenuhi salah satu syarat validitas konvergent.

Tabel 4.3
Nilai Average Variance Extracted (AVE)

VARIABEL	Average Variance Extracted (AVE)	KETERANGAN (LOLOS > 0.5)
A	0.604	Lolos
BIU	0.732	Lolos
PBC	0.738	Lolos
PEOU	0.567	Lolos
PU	0.597	Lolos
SN	0.656	Lolos

Sumber: Data primer diolah menggunakan Program SmartPls (v 3.2.4)

Berdasarkan tabel 4.3 dapat dilihat bahwa semua nilai AVE lebih besar dari batas minimal yang disyaratkan (>0.5). Hal ini menunjukkan bahwa data yang digunakan dalam penelitian telah memenuhi syarat kedua dari validitas konvergent. Berdasarkan kedua tabel di atas, maka dapat disimpulkan bahwa data pada penelitian ini telah memenuhi syarat pengujian validitas konvergent.

b. Validitas Diskriminan

Validitas diskriminan bertujuan untuk melihat korelasi antar indikator-indikator dalam suatu konstruk dengan indikator dari konstruk lainnya. Suatu penelitian dikatakan memenuhi kriteria validitas diskriminana apabila indikator-indikator dari konstruk yang berbeda tidak berkorelasi. Selanjutnya yaitu nilai *loading* indikator ke konstruk yang diukur lebih besar daripada loading ke konstruk lain (*cross-loadings* rendah) (Sholihin, 2013).

Tabel 4.4
Nilai Cross Loading

INDIKATOR	A	BIU	PBC	PEOU	PU	SN
A01	0.729	0.412	0.387	0.276	0.400	0.351
A02	0.813	0.471	0.440	0.445	0.439	0.441
A03	0.817	0.528	0.445	0.519	0.536	0.498
A04	0.747	0.493	0.503	0.430	0.420	0.438
BIU01	0.610	0.896	0.712	0.616	0.651	0.641
BIU02	0.446	0.826	0.594	0.453	0.513	0.487
BIU03	0.512	0.843	0.633	0.516	0.561	0.576
PBC01	0.572	0.704	0.881	0.614	0.578	0.633
PBC02	0.377	0.610	0.833	0.577	0.632	0.577
PBC03	0.515	0.637	0.862	0.608	0.608	0.644
PEOU01	0.426	0.589	0.683	0.866	0.834	0.871
PEOU02	0.430	0.496	0.539	0.848	0.791	0.844
PEOU03	0.452	0.432	0.455	0.652	0.447	0.482
PEOU04	0.361	0.321	0.377	0.610	0.467	0.429
PU01	0.483	0.510	0.537	0.612	0.794	0.662
PU02	0.367	0.591	0.680	0.827	0.824	0.840
PU03	0.475	0.449	0.482	0.784	0.793	0.776
PU04	0.364	0.466	0.527	0.441	0.620	0.474
PU05	0.557	0.593	0.499	0.659	0.814	0.634
SN01	0.397	0.526	0.604	0.826	0.798	0.856
SN02	0.422	0.491	0.552	0.839	0.775	0.838
SN03	0.559	0.619	0.597	0.523	0.570	0.730

Sumber: Data primer diolah menggunakan Program SmartPLS (v 3.2.4)

Nilai *cross-loading* dapat dilihat dengan membandingkan nilai *loading* ke konstruksya sendiri dengan nilai *loading* ke konstruk yang lain. Angka yang bercetak tebal yaitu nilai *loading* ke konstruksya sendiri, sedangkan selain itu adalah nilai *loading* ke konstruk lain atau disebut *cross-loading*.

Dari tabel di atas, dapat dilihat bahwa semua nilai *cross-loading* dari indikator-indikator yang digunakan tidak lebih besar dari nilai *loading* ke konstruksya, sehingga memenuhi kriteria validitas

diskriminan. Hal ini menunjukkan bahwa pengukur-pengukur konstruk yang berbeda tidak berkolerasi tinggi.

4.2.2 Uji Reliabilitas

Sebagaimana telah dijelaskan di atas bahwa uji reliabilitas digunakan untuk melihat konsistensi dan ketepatan indikator dalam mengukur konstruk. Dalam uji reliabilitas indikator reflektif dapat dilakukan dengan dua metode yaitu *cronbach's alpha* dan *composite reliability*. Syarat nilai *cronbach's alpha* yaitu $>0,70$ untuk penelitian bersifat *confirmatory* dan $>0,6$ untuk penelitian bersifat *exploratory*. Dalam menguji *composite reliability* menurut Ghazali (2015) *composite reliability* harus lebih besar dari 0,7 untuk penelitian bersifat *confirmatory* dan nilai 0,6-0,7 untuk penelitian bersifat *exploratory* (Ghozali, 2015).

Tabel 4.5
Nilai Cronbach's Alpha

VARIABEL	Cronbach's Alpha	KETERANGAN (Lolos > 0.6)
A	0.782	Lolos
BIU	0.817	Lolos
PBC	0.822	Lolos
PEOU	0.738	Lolos
PU	0.829	Lolos
SN	0.735	Lolos

Sumber: Data primer diolah menggunakan Program SmartPLS (v 3.2.4)

Pada tabel 4.5 menunjukkan bahwa seluruh variabel konstruk dalam penelitian ini memiliki nilai *cronbach alpha* yang lebih besar dari nilai minimal yang disyaratkan yaitu 0,6. Hal ini menunjukkan bahwa variabel-variabel pada penelitian ini telah memenuhi salah satu syarat reliabilitas.

Tabel 4.6
Nilai Composite Reliability

VARIABEL	Composite Reliability	KETERANGAN (Lolos > 0.6)
A	0.859	Lolos
BIU	0.891	Lolos
PBC	0.894	Lolos
PEOU	0.836	Lolos
PU	0.880	Lolos
SN	0.851	Lolos

Sumber: Data primer diolah menggunakan Program SmartPLS (v 3.2.4)

Berdasarkan tabel di atas, dapat dilihat bahwa seluruh variabel konstruk dalam penelitian ini memiliki nilai *composite reliability* yang lebih besar dari minimal yang disyaratkan yaitu 0,6, sehingga telah memenuhi salah satu syarat reliabilitas. Dari hasil kedua tabel di atas, maka dapat disimpulkan bahwa data pada penelitian ini telah memenuhi kriteria reliabilitas. Artinya bahwa seluruh indikator yang digunakan memiliki akurasi, konsistensi dan ketepatan yang baik dalam mengukur setiap konstruk yang ada pada penelitian ini.

4.4 Evaluasi Model Struktural dan Pengujian Hipotesis

4.3.1 Nilai *R-squares*

Tahap pertama dalam evaluasi model struktural (*inner model*) yaitu dimulai dengan melihat nilai *R-square* untuk setiap variabel laten endogen sebagai kekuatan prediksi dari model struktural. Perubahan nilai *R-square* dapat digunakan untuk menjelaskan laten eksogen tertentu terhadap variabel laten endogen. Ghazali, (2015: 78) Nilai *R-squares* 0,75, 0,50 dan 0,25 dapat disimpulkan bahwa model kuat, moderat dan lemah.

Tabel 4.7
Nilai *R-squares*

VARIABEL	R Square	KET (0,67=Kuat), (0,33=Moderat) dan (0,19=Lemah)
ATU	0.345	Moderat
BIU	0.645	Moderat
PEOU	0.488	Moderat
PU	0.815	Kuat

Sumber: Data primer diolah menggunakan Program SmartPls (v 3.2.4)

Berdasarkan tabel di atas, dapat dilihat bahwa terdapat empat nilai *R-square* yang ada dalam penelitian ini. Pertama yaitu nilai *R-square* dari variabel sikap terhadap penggunaan teknologi (ATU), dimana nilai *R-square* yang didapat yaitu sebesar 0,345 atau tergolong moderat. Artinya varians dari variabel minat mampu dijelaskan oleh variabel dalam model sebesar 34,5%, selebihnya dijelaskan oleh variabel lain diluar model.

Kedua yaitu nilai *R-square* dari variabel minat perilaku penggunaan teknologi (BIU), dimana nilai yang diperoleh sebesar 0,645 atau tergolong dalam kategori moderat. Artinya varians dari variabel variabel minat perilaku penggunaan teknologi (BIU) mampu dijelaskan oleh variabel dalam model sebesar 64,5%, selebihnya dijelaskan oleh variabel lain diluar model.

Ketiga yaitu nilai *R-square* dari variabel persepsi kemudahan penggunaan (PEOU), dimana nilai *R-square* yang di dapat yaitu sebesar 0,488 atau tergolong dalam kategori moderat. Artinya varians dari variabel kemudahan mampu dijelaskan oleh variabel dalam model sebesar 48,8%, selebihnya dijelaskan oleh variabel lain diluar model.

Keempat yaitu nilai *R-square* dari variabel persepsi manfaat (PU), dimana nilai *R-square* yang di dapat yaitu sebesar 0,815 atau tergolong

dalam kategori kuat. Artinya varians dari variabel persepsi manfaat (PU) mampu dijelaskan oleh variabel dalam model sebesar 8,15%, selebihnya dijelaskan oleh variabel lain diluar model.

4.3.2 Ukuran Efek (*f-square effect size*)

Ukuran efek (*f-square effect size*) dihitung guna melihat besaran kontribusi dari setiap variabel laten predictor pada nilai *R-squares* variabel criterion. *Effect size* dapat dikategorikan menjadi 3, yaitu lemah (0,02), medium (0,15), dan besar (0,35) (Sholihin, 2013).

Tabel 4.8
Nilai F-square effect size

VARIABEL	A	BIU	PBC	PEOU	PU	SN
A		0.079				
BIU						
PBC		0.279		0.952		
PEOU	0.010				0.138	
PU	0.070	0.014				
SN		0.002			0.271	

Sumber: Data primer diolah menggunakan Program SmartPls (v 3.2.4)

Dari tabel 4.8 dapat dilihat bahwa terdapat empat variabel yang menjadi variabel criterion dalam penelitian ini. Melalui nilai *f-square effect size* akan dilihat sejauh mana kontribusi variabel predictor dalam menjelaskan varians variabel criterion. Pertama adalah nilai f-square dari variabel sikap (A) yang menjadi variabel predictor variabel criterion minat perilaku menggunakan *e-money* (BIU) sebesar 0,079 (lemah). Artinya, kontribusi faktor sikap (A) terhadap nilai R-square faktor minat perilaku menggunakan *e-money* (BIU) sebesar 0,079 (0,79%).

Kedua, nilai f-square variabel persepsi kontrol perilaku (PBC) menjadi predictor dari dua variabel criterion yaitu variabel minat perilaku

menggunakan *e-money* (BIU) sebesar 0,279 (medium), artinya kontribusi persepsi kontrol perilaku (PBC) terhadap nilai R-square minat perilaku menggunakan *e-money* (BIU) sebesar 0,279 atau 27,9%. Dan persepsi kemudahan penggunaan (PEOU) sebesar 0,952 (besar), artinya kontribusi persepsi kontrol perilaku (PBC) terhadap nilai R-square persepsi kemudahan penggunaan (PEOU) sebesar 0,952 atau 95,2%.

Ketiga, nilai f-square variabel persepsi kemudahan penggunaan (PEOU) menjadi predictor dari dua variabel criterion yaitu variabel sikap (A) sebesar 0,010 (lemah), artinya kontribusi persepsi kemudahan penggunaan (PEOU) terhadap nilai R-square sikap (A) sebesar 0,010 atau 0,10%. Dan persepsi manfaat (PU) sebesar 0,138 (lemah), artinya kontribusi kontrol persepsi kemudahan penggunaan (PEOU) terhadap nilai R-square persepsi manfaat (PU) sebesar 0,138 atau 13,8%.

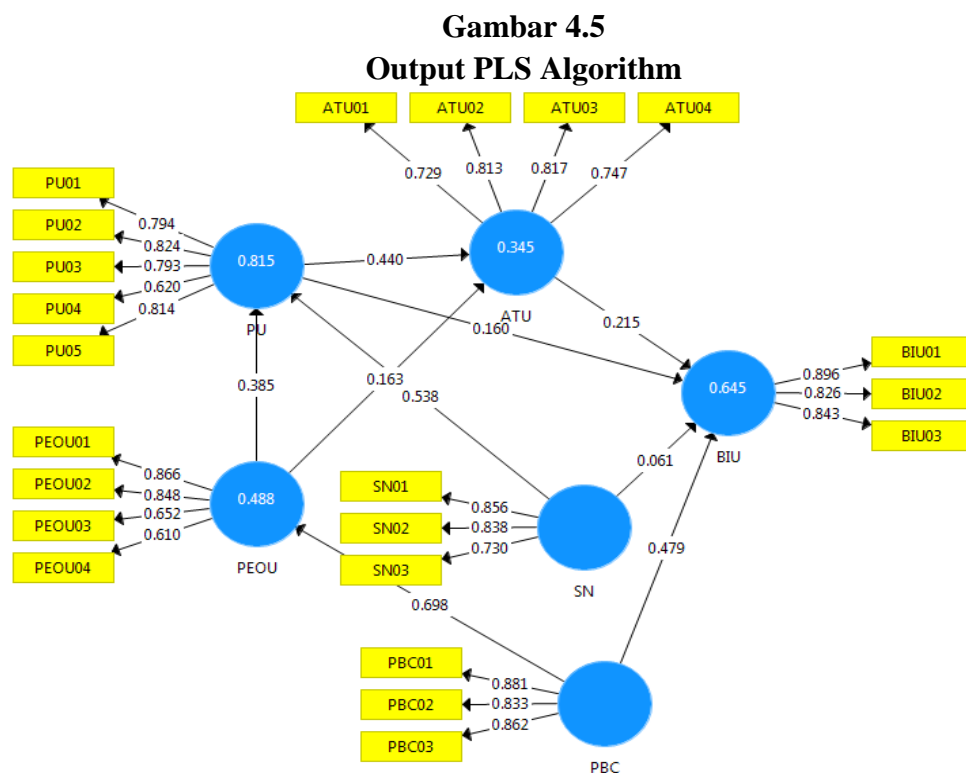
Keempat, nilai f-square variabel persepsi manfaat (PU) menjadi predictor dari dua variabel criterion yaitu variabel sikap (A) sebesar 0,070 (lemah), artinya kontribusi persepsi manfaat (PU) terhadap nilai R-square sikap (A) sebesar 0,070 atau 0,70%. Dan minat perilaku penggunaan *e-money* (BIU) sebesar 0,014 (lemah), artinya kontribusi control persepsi manfaat (PU) terhadap nilai R-square minat perilaku menggunakan *e-money* (BIU) sebesar 0,014 atau 0,14%.

Kelima, nilai f-square variabel norma subyektif (SN) menjadi predictor dari dua variabel criterion yaitu variabel minat perilaku menggunakan *e-money* (BIU) sebesar 0,002 (lemah), artinya kontribusi norma subyektif (SN) terhadap nilai R-square minat perilaku

menggunakan *e-money* (BIU) sebesar 0,002 atau 0,02%. Dan persepsi manfaat (PU) sebesar 0,271 (medium), artinya kontribusi norma subyektif (SN) terhadap nilai R-square persepsi manfaat (PU) sebesar 0,271 atau 2,71%.

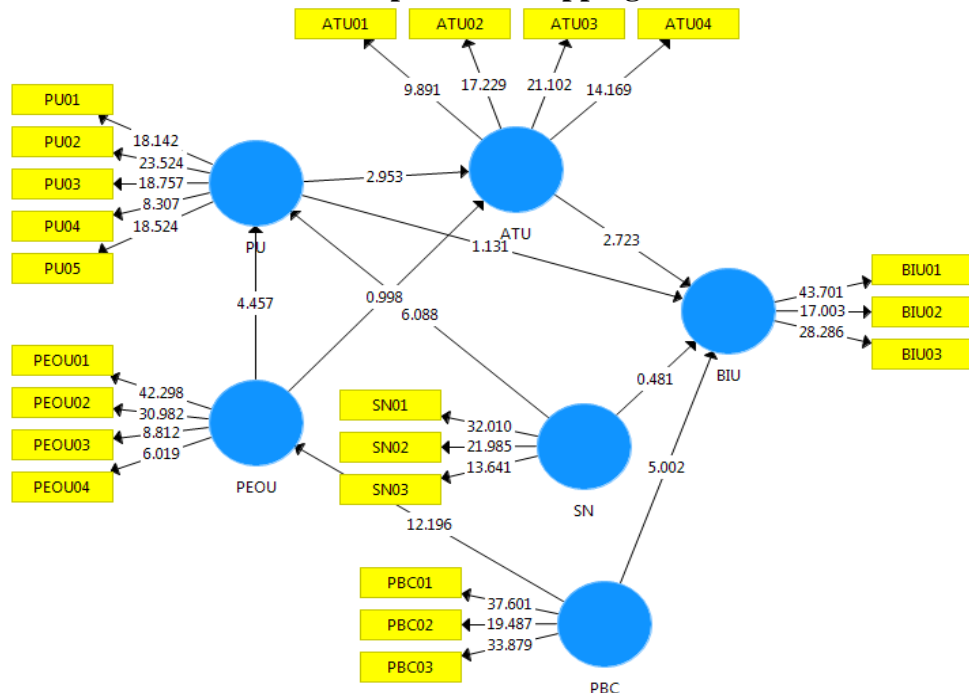
4.3.3 Uji Signifikansi

Tahap selanjutnya adalah melihat nilai signifikansi melalui prosedur *bootstrapping*. Pada penelitian ini nilai signifikansi yang dipakai sebesar 5%. Output PLS Algorithm digunakan untuk melihat besaran nilai koefisien jalur antar variabel laten. Kemudian output *bootstrapping* untuk melihat besaran nilai signifikansi T-statistik



Sumber: Data primer diolah menggunakan Program SmartPls (v 3.2.4)

Gambar 4.6
Output Bootstrapping



Sumber: Data primer diolah menggunakan Program SmartPls (v 3.2.4)

Berdasarkan gambar di atas dapat dilihat besaran nilai T-statistik hubungan dari tiap variabel laten. Dari kedua gambar tersebut dapat dilihat besaran nilai koefisien jalur dan nilai T-statistik, untuk memudahkan dan memperjelaskan berikut adalah tampilan dalam bentuk tabel.

Tabel 4.9
Nilai Koefisien Jalur dan *T-statistics*

	Original Sample (O)	T Statistics (O/STDEV)	KESIMPULAN
ATU -> BIU	0.215	2.723	Diterima (signifikan)
PBC -> BIU	0.479	5.002	Diterima (signifikan)
PBC -> PEOU	0.698	12.196	Diterima (signifikan)
PEOU -> ATU	0.163	0.998	Ditolak
PEOU -> PU	0.385	4.457	Diterima (signifikan)
PU -> ATU	0.440	2.953	Diterima (signifikan)
PU -> BIU	0.160	1.131	Ditolak
SN -> BIU	0.061	0.481	Ditolak
SN -> PU	0.538	6.088	Diterima (signifikan)

Sumber: Data primer diolah menggunakan Program SmartPls (v 3.2.4)

Interpretasi hasil berdasarkan analisis SmartPLS dari diagram *T-values* adalah sebagai berikut:

a. Persepsi kemudahan penggunaan (PEOU) terhadap sikap (A)

H1: Persepsi kemudahan penggunaan (PEOU) berpengaruh positif signifikan terhadap sikap (A)

Berdasarkan tabel 4.9 maka H1 **ditolak** karena nilai T-statistik yang dihasilkan sebesar 0,998 (<1,96). Maka dapat disimpulkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan (PEOU) memiliki pengaruh positif tidak signifikan terhadap sikap (A).

Kesimpulan tersebut menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan persepsian *e-money* mempengaruhi pembentukan sikap responden akan tetapi tidak signifikan. Hal tersebut dapat dijelaskan bahwa dari segi kemudahan pengguna produk *e-money* tidak sepenuhnya dapat dirasakan oleh para pengguna.

b. Persepsi manfaat (PU) terhadap sikap (A)

H2: Persepsi manfaat (PU) berpengaruh positif signifikan terhadap sikap (A)

Berdasarkan tabel 4.9 maka H2 **diterima** karena nilai T-statistik yang dihasilkan sebesar 2,953 (>1,96). Maka dapat disimpulkan bahwa persepsi manfaat (PU) memiliki pengaruh positif signifikan terhadap sikap (A).

Hal ini menunjukkan bahwa sikap para responden terhadap produk *e-money* dipengaruhi secara signifikan oleh persepsi manfaat yang dimiliki. Persepsi manfaat yang baik akan membentuk sikap

positif terhadap penggunaan *e-money*. Begitu pula sebaliknya, jika persepsi manfaat responden kurang baik maka akan membentuk sikap negatif terhadap produk *e-money*.

- c. Persepsi kemudahan penggunaan (PEOU) terhadap persepsi manfaat (PU).

H3: persepsi kemudahan penggunaan (PEOU) berpengaruh positif signifikan terhadap persepsi manfaat (PU).

Berdasarkan tabel 4.9 maka H3 **diterima** karena nilai T-statistik yang dihasilkan sebesar 4,457 ($>1,96$). Maka dapat disimpulkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan (PEOU) memiliki pengaruh positif signifikan terhadap persepsi manfaat (PU).

Hal tersebut menggambarkan bahwa persepsi manfaat dipengaruhi secara signifikan oleh persepsi kemudahan penggunaan yang dimiliki oleh responden terhadap *e-money*. Persepsi kemudahan penggunaan yang baik diterima responden akan mempengaruhi persepsi manfaat yang positif diterima oleh responden, namun apabila persepsi kemudahan penggunaan kurang baik diterima responden maka akan berpengaruh negatif terhadap persepsi manfaat pada *e-money*.

- d. Persepsi manfaat (PU) terhadap minat perilaku menggunakan *e-money* (BIU)

H4: Persepsi manfaat (PU) berpengaruh positif signifikan terhadap minat perilaku menggunakan *e-money* (BIU)

Berdasarkan tabel 4.9 maka H4 **ditolak** karena nilai T-statistik yang dihasilkan sebesar 1,131 ($<1,96$). Maka dapat disimpulkan bahwa

persepsi manfaat (PU) memiliki pengaruh positif tidak signifikan terhadap minat perilaku menggunakan *e-money* (BIU).

Hal tersebut dapat dijelaskan bahwa responden tidak memiliki persepsi manfaat penggunaan produk *e-money* sehingga tidak mempengaruhi minat untuk menggunakan *e-money* secara signifikan. Persepsi manfaat produk *e-money* yang baik akan menambah minat penggunaan produk *e-money*. Begitu juga sebaliknya, jika persepsi manfaat dari responden kurang baik maka akan mengurangi minat untuk menggunakan produk *e-money*.

e. Norma subyektif (SN) terhadap persepsi manfaat (PU)

H5: Norma subyektif (SN) berpengaruh positif signifikan terhadap persepsi manfaat (PU)

Berdasarkan tabel 4.9 maka H5 **diterima** karena nilai T-statistik yang dihasilkan sebesar 6,088 ($>1,96$). Maka dapat disimpulkan bahwa norma subyektif (SN) memiliki pengaruh positif signifikan terhadap persepsi manfaat (PU).

Kesimpulan tersebut menunjukkan bahwa norma subyektif mempengaruhi responden membentuk persepsi manfaat produk *e-money*. Dalam hal ini responden mempertimbangkan pandangan orang-orang yang telah mempengaruhi norma-norma subyektif tentang persepsi manfaat produk *e-money*.

- f. Norma subyektif (SN) terhadap minat perilaku menggunakan *e-money* (BIU)

H6: Norma subyektif (SN) berpengaruh positif signifikan terhadap minat perilaku menggunakan *e-money* (BIU)

Berdasarkan tabel 4.9 maka H6 **ditolak** karena nilai T-statistik yang dihasilkan sebesar 0,481 ($<1,96$). Maka dapat disimpulkan bahwa norma subyektif (SN) memiliki pengaruh positif tidak signifikan terhadap minat perilaku menggunakan *e-money* (BIU).

Hal tersebut dapat digambarkan bahwa norma subyektif responden mempengaruhi minat namun tidak secara signifikan. Semakin lemah norma subyektif responden, maka akan lemah pula dalam mempengaruhi minat responden untuk menggunakan produk *e-money*. Dapat diasumsikan bahwa responden tidak terlalu mempertimbangkan pandangan orang-orang yang ada di sekitar mengenai produk *e-money*, sehingga pengaruhnya terhadap minat menggunakan produk *e-money* tidak signifikan.

- g. Persepsi kontrol perilaku (PBC) terhadap persepsi kemudahan penggunaan (PEOU)

H7: Persepsi kontrol perilaku (PBC) berpengaruh positif signifikan terhadap persepsi kemudahan penggunaan (PEOU)

Berdasarkan tabel 4.9 maka H7 **diterima** karena nilai T-statistik yang dihasilkan sebesar 12,196 ($>1,96$). Maka dapat disimpulkan bahwa persepsi kontrol perilaku (PBC) memiliki pengaruh positif signifikan terhadap persepsi kemudahan penggunaan (PEOU).

Hasil penelitian hipotesis di atas menyatakan bahwa responden memiliki persepsi kontrol perilaku yang mempengaruhi persepsi kemudahan penggunaan produk *e-money*. Persepsi kontrol perilaku mempengaruhi secara positif persepsi kemudahan penggunaan produk *e-money* oleh responden. Makin kuat persepsi kontrol perilaku responden, semakin kuat pula persepsi kemudahan penggunaan dari responden terhadap produk *e-money*. Dapat diasumsikan bahwa keyakinan dan kemampuan individu responden dapat mempengaruhi persepsi kemudahan penggunaan responden tentang produk *e-money*.

- h. Persepsi kontrol perilaku (PBC) terhadap minat perilaku menggunakan *e-money* (BIU)

H8: Persepsi kontrol perilaku (PBC) berpengaruh positif signifikan terhadap minat perilaku menggunakan *e-money* (BIU)

Berdasarkan tabel 4.9 maka H7 **diterima** karena nilai T-statistik yang dihasilkan sebesar 5,002 ($>1,96$). Maka dapat disimpulkan bahwa persepsi kontrol perilaku (PBC) memiliki pengaruh positif signifikan terhadap minat perilaku menggunakan *e-money* (BIU).

Kesimpulan diatas dapat digambarkan bahwa persepsi kontrol perilaku responden mempengaruhi secara signifikan minat penggunaan produk *e-money*. Persepsi positif kontrol perilaku juga akan menaikkan minat responden dalam menggunakan produk *e-money*. Sebaliknya, jika persepsi kontrol perilaku responden negatif terhadap produk *e-money* maka akan rendah. Dapat diasumsikan bahwa minat perilaku

menggunakan *e-money* dapat dipengaruhi oleh keyakinan dan kemampuan responden terhadap penggunaan produk *e-money*.

- i. Sikap (A) terhadap minat perilaku menggunakan *e-money* (BIU)

H9: Sikap (A) berpengaruh positif signifikan terhadap minat perilaku menggunakan *e-money* (BIU)

Berdasarkan tabel 4.9 maka H7 **diterima** karena nilai T-statistik yang dihasilkan sebesar 2,723 ($>1,96$). Maka dapat disimpulkan bahwa sikap (A) memiliki pengaruh positif signifikan terhadap minat perilaku menggunakan *e-money* (BIU).

Dari kesimpulan diatas dapat dijelaskan bahwa sikap responden terhadap produk *e-money* akan mempengaruhi minat penggunaan secara signifikan produk *e-money*. Sikap positif responden akan mempertinggi minat menggunakan produk *e-money* dan sikap negatifnya juga akan mengecilkan niat responden untuk menggunakan produk *e-money*.

4.5 Pembahasan

1. Pengaruh persepsi kemudahan penggunaan (PEOU) terhadap sikap (A)

Dalam penelitian ini diperoleh hasil yang menunjukkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan (PEOU) berpengaruh positif tapi tidak signifikan terhadap sikap (A). Hal ini berdasarkan nilai T-statistik yang dihasilkan yaitu sebesar 0,998 dan koefisien jalur sebesar 0,163. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian-penelitian sebelumnya yang menunjukkan bahwa konstruk persepsi kemudahan penggunaan mempengaruhi sikap (Jogiyanto, 2007: 115).

Hasil penelitian ini diperkuat dengan temuan penulis dari hasil wawancara yang dilakukan terhadap beberapa responden pada tanggal 16 November 2016 sebagai berikut. Inisial LP sebagai mahasiswa UGM menyatakan:

“Dari segi penggunaan memang mudah, fiturnya juga mudah, tapi aku kadang punya kendala ketika jaringan yang kita pakai mengalami gangguan. Kebetulan e-money yang aku pakai yang juga ketergantungan sama internet. Akhirnya saat itu aku pakai uang cash untuk menyelesaikan transaksi di salah satu minimarket. Kejadian-kejadian yang seperti itu yang kadang bikin sulit, apalagi kalo lagi buru-buru”.

Adapun pernyataan lain yang dikemukakan oleh DPA sebagai mahasiswa UIN Sunan Kalijaga yaitu:

“Awalnya masih bingung tapi kalau sudah terbiasa pasti gampang. Kesulitannya itu kalo kegagalan system, jadi transaksi kita nggak bakal bisa. Harus diulang-ulang terus sampai system kembali normal.”

Alasan persepsi kemudahan penggunaan tidak berpengaruh signifikan terhadap sikap responden dalam penggunaan produk *e-money* karena pada produk *e-money software based product* (berbasis *software*) masih memerlukan jaringan untuk bisa melakukan transaksi, kesulitannya adalah ketika pengguna produk *e-money* melakukan transaksi namun jaringan yang digunakan sedang mengalami gangguan saat bertransaksi atau gangguan dari *provider* (penyedia layanan) sehingga penggunaan produk *e-money* dirasa kurang praktis dan lamanya transaksi yang dilakukan. Hal ini tentunya berlainan dengan pengertian persepsi kemudahan penggunaan (PEOU) yang telah dijelaskan di atas yaitu sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi baru akan bebas dari usaha.

Berkaitan dengan sikap, para responden beranggapan bahwa *e-money* masih memiliki nilai negatif dalam padangannya. Dari kekurangan-kekurangan yang telah disampaikan diatas mereka beranggapan bahwa *e-money* juga kurang menyenangkan dalam penggunaannya. Sebagaimana pernyataan MSH mahasiswa UNY yaitu:

“Kalau menurutku belum bisa mengalami kenaikan, karena masih terdapat kesulitan-kesulitan kalau dalam kondisi tertentu, dan kurang fleksibel”.

2. Pengaruh persepsi manfaat (PU) terhadap sikap (A)

Dalam penelitian ini diperoleh hasil yang menunjukkan bahwa persepsi manfaat (PU) berpengaruh positif signifikan terhadap sikap (A). Hal ini berdasarkan nilai T-statistik yang dihasilkan yaitu sebesar 2,953 dan koefisien jalur sebesar 0,440.

Temuan ini sesuai dengan penelitian-penelitian sebelumnya yaitu seperti penelitian yang dilakukan oleh Davis, 1989, Chau, 1996, Igbaria et al, 1997, dan Sun, 2003 (Jogiyanto, 2007: 114) yang menunjukkan bahwa persepsi manfaat berpengaruh positif signifikan terhadap sikap. Dapat diasumsikan bahwa para responden merasa percaya bahwa menggunakan produk *e-money* bermanfaat bagi mereka, sehingga para responden menggunakannya.

Hal ini menunjukkan bahwa responden mempersepsikan manfaat yang didapat dari penggunaan produk *e-money* yaitu berupa penyelesaian transaksi yang lebih cepat, ketelitian dalam bertransaksi, keuntungan berupa diskon yang didapat, dan pemakaian yang lebih efisien sehingga mampu mempengaruhi sikap responden untuk menggunakan produk *e-money*.

3. Pengaruh persepsi kemudahan penggunaan (PEOU) terhadap persepsi manfaat (PU).

Dalam penelitian ini diperoleh hasil yang menunjukkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan (PEOU) berpengaruh positif signifikan terhadap persepsi manfaat (PU). Hal ini berdasarkan nilai T-statistik yang dihasilkan yaitu sebesar 4,457 dan koefisien jalur sebesar 0,385. Hasil penelitian ini sesuai dengan teori dan penelitian-penelitian sebelumnya yang menunjukkan bahwa konstruk persepsi kemudahan penggunaan mempengaruhi persepsi manfaat (Jogiyanto, 2007: 115).

Semakin tinggi persepsi kemudahan penggunaan produk *e-money* maka akan semakin tinggi juga persepsi manfaat produk tersebut. Secara logis dapat digambarkan bahwa sistem atau produk yang semakin mudah dalam penggunaannya akan lebih memberikan kegunaan dan manfaat.

4. Pengaruh persepsi manfaat (PU) terhadap minat perilaku menggunakan *e-money* (BIU)

Dalam penelitian ini diperoleh hasil yang menunjukkan bahwa persepsi manfaat (PU) berpengaruh positif tapi tidak signifikan terhadap minat perilaku menggunakan *e-money* (BIU). Hal ini berdasarkan nilai T-statistik yang dihasilkan yaitu sebesar 1,131 dan koefisien jalur sebesar 1,160.

Hasil penelitian ini tidak sesuai dengan teori yang menyatakan bahwa konstruk persepsi anfaat merupakan konstruk yang paling banyak signifikan dan penting mempengaruhi minat (*behavioral intention*) (Jogiyanto, 2007: 114). Persepsi manfaat produk *e-money* yang baik akan menambah minat

penggunaan produk *e-money*. Begitu juga sebaliknya, jika persepsi manfaat dari responden kurang baik maka akan mengurangi minat untuk menggunakan produk *e-money*. Dapat diasumsikan bahwa responden merasa bahwa produk *e-money* yang mereka gunakan kurang memberikan manfaat lebih sehingga hal tersebut tidak mempengaruhi minat menggunakan produk *e-money*.

Hasil penelitian ini diperkuat dengan temuan penulis dari hasil wawancara yang dilakukan terhadap beberapa responden pada tanggal 16 November 2016 sebagai berikut. Inisial LP sebagai mahasiswa UGM menyatakan:

“Kalo buat bayar di beberapa makanan cepat saji aku dapat diskon 10 -20 %. Tapi masih terbatas hanya di tempat-tempat tertentu saja. Harapannya sih bisa dipakai di lebih banyak merchant.”

Adapun pernyataan lain yang dikemukakan oleh DPA sebagai mahasiswa UIN Yogyakarta yaitu:

“Transaksi memang lebih cepat, tapi dari segi keamanan masih berisiko. Aku pakai yang kartu, jadi kalau hilang ya uangnya ikut hilang”

Alasan persepsi manfaat tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku responden dalam penggunaan produk *e-money* karena penggunaan produk *e-money* dirasa kurang cepat dalam menyelesaikan proses pembayaran yaitu ketika jaringan yang digunakan sedang mengalami gangguan khususnya pada *e-money software based product*. Selain itu penggunaan *e-money* masih terbatas dapat dilakukan hanya di beberapa merchant.

Alasan lain adalah pada produk *e-money card based product* memiliki tingkat keamanan yang minim. Karenan *e-money* jenis kartu tersebut dapat berpindah tangan dan bisa digunakan oleh selain pemiliknya karena tidak memerlukan otorisasi dalam penggunaannya. Sebagaimana dijelaskan di atas contoh *e-money* jenis ini yaitu seperti *e-toll* yang digunakan untuk pembayaran jalan tol.

5. Pengaruh norma subyektif (SN) terhadap persepsi manfaat (PU)

Dalam penelitian ini diperoleh hasil yang menunjukkan bahwa norma subyektif (SN) berpengaruh positif signifikan terhadap persepsi manfaat (PU). Hal ini berdasarkan nilai T-statistik yang dihasilkan yaitu sebesar 6,088 dan koefisien jalur sebesar 0,538.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Rahmatsyah (2011). Kesimpulan tersebut menunjukkan bahwa norma subyektif mempengaruhi responden membentuk persepsi manfaat produk *e-money*, dalam hal ini responden mempertimbangkan pandangan orang-orang yang telah mempengaruhi norma-norma subyektif responden tentang kegunaan persepsian produk *e-money*. Hal tersebut dapat dijelaskan bahwa norma subyektif baik pengaruh interpersonal maupun pengaruh eksternal responden yaitu keluarga, teman sepergaulan, lingkungan, maupun opini-opini dari tokoh tertentu akhirnya membentuk persepsi manfaat yang didapat dari produk *e-money*.

6. Pengaruh norma subyektif (SN) terhadap minat perilaku menggunakan *e-money* (BIU)

Dalam penelitian ini diperoleh hasil yang menunjukkan bahwa norma subyektif (SN) berpengaruh positif tidak signifikan terhadap minat perilaku menggunakan *e-money* (BIU). Hal ini berdasarkan nilai T-statistik yang dihasilkan yaitu sebesar 0,481 dan koefisien jalur sebesar 0,061.

Hasil penelitian ini norma subyektif tidak menjadi faktor yang mempengaruhi minat perilaku menggunakan *e-money*. Seperti yang diketahui sebelumnya, norma subyektif berkaitan erat dengan faktor-faktor pengaruh sosial responden. Sehingga dapat diasumsikan bahwa responden tidak turut mempertimbangkan pandangan orang-orang sekitar mengenai produk *e-money*, sehingga tidak mempengaruhi minat responden dalam penggunaan produk *e-money*.

Hasil penelitian ini diperkuat dengan temuan penulis dari hasil wawancara yang dilakukan terhadap beberapa responden pada tanggal 16 November 2016. Inisial MSH sebagai mahasiswa UNY berkaitan dengan norma subyektif menyatakan:

“Nggak ada, aku pakai karena keinginanku sendiri. Selain itu karena faktor tempat-tempat khusus yang memang menyediakan pembayaran pakai ini (e-money)”.

Adapun pernyataan LP sebagai mahasiswa UGM yaitu:

“Aku pakai ini sih karena keinginanku sendiri, soalnya aku kadang butuh. Selain itu lingkungan juga mengharuskan buat pakai itu.”

Alasan norma subyektif tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku responden dalam penggunaan produk *e-money* karena penggunaan

produk *e-money* oleh responden didasarkan atas kemauannya sendiri bukan karena anjuran dari keluarga maupun teman sepergaula. Selain itu penggunaan produk *e-money* oleh responden karena mereka merasa perlu untuk menggunakannya.

7. Pengaruh persepsi kontrol perilaku (PBC) terhadap persepsi kemudahan penggunaan (PEOU)

Dalam penelitian ini diperoleh hasil yang menunjukkan bahwa persepsi kontrol perilaku (PBC) berpengaruh positif signifikan terhadap persepsi kemudahan penggunaan (PEOU). Hal ini berdasarkan nilai T-statistik yang dihasilkan yaitu sebesar 12,196 dan koefisien jalur sebesar 0,698.

Hasil penelitian ini sesuai dengan pengembangan penelitian yang dilakukan oleh Rahmatsyah (2011) yang menunjukkan bahwa persepsi kontrol perilaku berpengaruh signifikan terhadap persepsi kemudahan penggunaan. Dapat diasumsikan bahwa para responden memiliki keyakinan dan kemampuan terhadap produk *e-money* yang mempengaruhi persepsi mereka tentang kemudahan penggunaan produk *e-money*. Dengan kata lain, semakin baik persepsi kontrol perilaku baik berupa pengetahuan, kemampuan, maupun sumber daya dalam penggunaan produk *e-money* maka dapat meningkatkan kemudahan penggunaan yang dipersepsikan oleh responden.

8. Pengaruh persepsi kontrol perilaku (PBC) terhadap minat perilaku menggunakan *e-money* (BIU)

Dalam penelitian ini diperoleh hasil yang menunjukkan bahwa persepsi kontrol perilaku (PBC) berpengaruh positif signifikan terhadap minat perilaku menggunakan *e-money* (BIU). Hal ini berdasarkan nilai T-statistik yang dihasilkan yaitu sebesar 5,002 dan koefisien jalur sebesar 0,479.

Hasil penelitian ini sesuai dengan teori yang telah dijelaskan bahwa semakin besar persepsi kontrol perilaku, maka semakin kuat niat seseorang untuk menggunakan teknologi (Jogiyanto, 2007: 65). Hal ini dapat dijelaskan bahwa responden memiliki kontrol perilaku yang positif yaitu memiliki pengetahuan yang cukup, kemampuan yang baik dalam menggunakan *e-money*, dan sumber daya yang dimiliki untuk menggunakan produk *e-money* yang pada akhirnya mempengaruhi minat mereka untuk menggunakan produk *e-money*.

9. Pengaruh sikap (A) terhadap minat perilaku menggunakan *e-money* (BIU)

Dalam penelitian ini diperoleh hasil yang menunjukkan bahwa sikap (A) berpengaruh positif signifikan terhadap minat perilaku menggunakan *e-money* (BIU). Hal ini berdasarkan nilai T-statistik yang dihasilkan yaitu sebesar 2,723 dan koefisien jalur sebesar 0,215.

Hasil hipotesis terakhir ini sesuai dengan teori dan penelitian-penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa sikap terhadap penggunaan teknologi ini berpengaruh positif ke minat perilaku menggunakan teknologi (Jogiyantio, 2007: 116). Secara logis dapat dinyatakan bahwa semakin

positif sikap responden terhadap produk *e-money* maka akan semakin menaikkan minat perilaku responden untuk menggunakan produk *e-money*.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Kesimpulan yang dapat diambil berdasarkan analisa data, pengujian hipotesis, dan pembahasan penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Alasan persepsi kemudahan penggunaan tidak berpengaruh signifikan terhadap sikap responden dalam penggunaan produk *e-money* karena pada produk *e-money software based product* (berbasis *software*) masih memerlukan jaringan untuk bisa melakukan transaksi, kesulitannya adalah ketika pengguna produk *e-money* melakukan transaksi namun jaringan yang digunakan sedang mengalami gangguan saat bertransaksi atau gangguan dari *provider* (penyedia layanan) sehingga penggunaan produk *e-money* dirasa kurang praktis dan lamanya transaksi yang dilakukan.
- b. Persepsi manfaat (PU) berpengaruh positif signifikan terhadap sikap (A) menunjukkan bahwa responden mempersepsikan manfaat yang didapat dari penggunaan produk *e-money* yaitu berupa penyelesaian transaksi yang lebih cepat, ketelitian dalam bertransaksi, keuntungan berupa diskon yang didapat, dan pemakaian yang lebih efisien sehingga mampu mempengaruhi sikap responden untuk menggunakan produk *e-money*.
- c. Semakin tinggi persepsi kemudahan penggunaan produk *e-money* maka akan semakin tinggi juga persepsi manfaatnya, atau dapat digambarkan bahwa sistem atau produk yang semakin mudah dalam penggunaannya akan lebih memberikan kegunaan dan manfaat.

- d. Alasan persepsi manfaat tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku responden dalam penggunaan produk *e-money* karena penggunaan produk *e-money* dirasa kurang cepat dalam menyelesaikan proses pembayaran ketika jaringan yang digunakan sedang mengalami gangguan. Selain itu penggunaan *e-money* masih terbatas dapat dilakukan hanya di beberapa *merchant*. Alasan lain adalah pada produk *e-money card based product* memiliki tingkat keamanan yang minim.
- e. Norma subyektif baik pengaruh interpersonal maupun pengaruh eksternal responden yaitu keluarga, teman sepergaulan, lingkungan, maupun opini-opini dari tokoh tertentu akhirnya membentuk persepsi manfaat yang didapat dari produk *e-money*.
- f. Alasan norma subyektif tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku responden karena penggunaan produk *e-money* oleh responden didasarkan atas kemauannya sendiri bukan karena anjuran dari keluarga maupun teman sepergaulan. Selain itu penggunaan produk *e-money* oleh responden karena mereka merasa perlu untuk menggunakannya.
- g. Responden memiliki keyakinan dan kemampuan terhadap produk *e-money* yang mempengaruhi persepsi mereka tentang kemudahan penggunaan produk *e-money*. Semakin baik persepsi kontrol perilaku baik berupa pengetahuan, kemampuan, maupun sumber daya dalam penggunaan produk *e-money* maka dapat meningkatkan kemudahan penggunaan yang dipersepsikan oleh responden.
- h. Responden memiliki kontrol perilaku yang positif yaitu memiliki pengetahuan yang cukup, kemampuan yang baik dalam menggunakan *e-*

money, dan sumber daya yang dimiliki untuk menggunakan produk *e-money* yang pada akhirnya mempengaruhi minat mereka untuk menggunakan produk *e-money*.

- i. Semakin positif sikap responden terhadap produk *e-money* maka akan semakin menaikkan minat perilaku responden untuk menggunakan produk *e-money*.

Hasil penelitian ini menyatakan bahwa minat perilaku menggunakan *e-money* (BIU) sebagai produk baru dipengaruhi secara signifikan oleh sikap (A) dan persepsi kontrol perilaku (PBC). Kemudian disimpulkan juga bahwa persepsi kontrol perilaku berpengaruh paling besar terhadap minat perilaku menggunakan *e-money* (BIU).

Terdapat dua pengaruh kontribusi dasar dalam pembentukan model pada penelitian ini. Pertama, sebagaimana telah dijelaskan diatas bahwa teori *Technology Acceptance Model* (TAM) dan *Theory of Planned Behavioral* (TPB) terintegrasi dalam menjelaskan faktor-faktor yang menentukan minat adopsi atau penggunaan teknologi yaitu produk *e-money* sebagai alat pembayaran baru. Dengan kata lain penelitian ini mengintegrasikan variabel yang mengaitkan peranan orang di sekitar dalam mempengaruhi sikap dan perilaku individu. Kedua, pada model penelitian ini juga dapat dijelaskan bahwa persepsi nilai, sikap terhadap penggunaan teknologi, norma subyektif, dan kontrol perilaku persepsian adalah faktor yang dapat mempengaruhi minat penggunaan produk *e-money* baik secara langsung maupun tidak langsung.

5.2 Saran

a. Bagi Akademisi

- 1) Model penelitian ini dapat digunakan kembali untuk mengetahui apakah model ini masih berlaku jika diterapkan pada studi kasus yang berbeda.
- 2) Pada penelitian selanjutnya disarankan untuk menambahkan faktor-faktor pengaruh lain yang tidak terdapat dalam penelitian ini. Sehingga dapat diketahui lebih dalam faktor-faktor yang mempengaruhi minat individu dalam mengadopsi teknologi/produk baru.
- 3) Objek penelitian ini mahasiswa yang terdapat dalam satu wilayah, oleh karenanya penelitian selanjutnya bisa memperluas objek peneliti supaya mampu merepresentasikan masyarakat secara umum.

b. Bagi Pihak yang Terkait dalam Produk E-money

- 1) Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai acuan untuk merancang strategi pemasaran produk *e-money* atas dasar perilaku konsumen.
- 2) Perlu adanya informasi lebih kepada masyarakat tentang kemudahan dalam menggunakan produk *e-money* dan manfaat yang dapat dirasakan dari penggunaan produk *e-money*, sehingga masyarakat tidak ragu dalam mengadopsinya.
- 3) Pemerintah dan stakeholder lebih memperbanyak kerjasama dengan *merchant* yang dapat melayani pembayaran menggunakan produk *e-money* supaya penggunaan *e-money* dapat dijangkau di seluruh wilayah dan pelayanan umum.

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

- Fatah, Rohadi Abdul dan Sudarsono. (2005). *Ilmu dan Teknologi dalam Islam*. Jakarta: Departemen Agama.
- Ghozali, Imam. (2015). *Partial Least Square: Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0*. Semarang: Badan Penerbit UNDIP.
- Jogiyanto HM. (2008). *Sistem Informasi Keperilakuan*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Nopirin (1992). *Ekonomi Moneter Buku 1 Edisi ke-4*. Yogyakarta: BPFE.
- Serfianto, dkk. (2012). *Untung dengan Kartu Kredit, Kartu ATM-Debit, & Uang Elektronik*. Jakarta: Visiamedia.
- Sholihin, Mahfud. (2013). *Analisis SEM-PLS dengan WarpPLS 3.0*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Sugiyono, (2008). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono, (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Umar, Husein. (2011). *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Thesis Bisnis*. Jakarta: Rajagrafindo Persada.
- Wijanto, Setyo Hari. (2008). *Structural Equation Modelling*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Yamin, Sofyan dan Kurniawan, Heri. (2009). *Structural Equation Modelling*. Jakarta: Salemba Infotek.

JURNAL

- Ajzen, I. (1991). *Theory of Planned Behavior, Organization Behavior and Human Decision Processes*, 50, 179-211.
- Davis, F. (1986). *A Technology Acceptance Model for Empirically Testing New End-User Information System: Theory and Result*. Doctoral Desertation. Soan School Management, Massachusetts Institute of Technology.

Davis, F.D., Bagozzi, R.P., Warshaw, P.R., (1989). *User Acceptance of Computer Technology: A Comparison of Two Theoretical Models*. Management Science Vol. 35, No. 8, pp. 982-1003.

Fishbein, M., & Ajzen, I. (1975). *Belief, attitude, intention, behavior: An introduction to theory and research*. Addison- Wesley, reading, MA.

Mathieson, K. (1991). *Predicting User Intention: Comparing the Technology Acceptance Model with the Theory of Planned Behavior*. In Information System Research (2) (pp. 173-191).

Mathieson, K., Peacock, E. and Chin, W.W. (2001). *Extending the technology acceptance model: the influence of perceived user resources*. Database for Advances in Information System, Vol. 32 No.3, pp. 86-111.

Taylor, S., & Todd, P.A. (1995). *Understanding Information Technology Usage: A Test of Competing Models*. Information System Research (6:1), 144-176.

Wasisto Raharjo Jati. (2015). *Less Cash Society: Menakar Mode Konsumerisme Baru Kelas Menengah Indonesia..* Jurnal Socioteknologi volume 14, nomor 2.

TUGAS AKHIR

Arsita Ika Adiyani. (2015). *Pengaruh Pendapatan, Manfaat, Kemudahan Penggunaan, Daya Tarik Promosi, dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan Layanan E-Money*. Malang: Universitas Brawijaya.

Bambang Winarko, Lufia M. (2013). *Tinjauan Beberapa Model Teori Dasar Adopsi Teknologi Baru*. Sampoerna School Business.

Deni Rahmatsyah. (2011). *Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Penggunaan Produk Baru (Studi Kasus: Uang Elektronik Kartu Flazz BCA)*. Jakarta: Universitas Indonesia.

Fauzan Husaini. (2015). *Perilaku Konsumsi Makanan Mahasiswa Muslim di DIY Terhadap Makanan Halal*. Yogyakarta : UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Frimario, Marsono. (2009). *Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kesuksesan Penggunaan Sistem Informasi (System Usage) (Studi Empiris pada Nasabah Bank Mandiri)*. Semarang: Universitas Diponegoro.

Irmadhani, Mahendra. (2012). *Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Computer Self Efficacy Terhadap Penggunaan Online Banking Pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi*

Universitas Negeri Yogyakarta. Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta.

Lisa Noor Ardhiani. (2015). *Analisis Faktor-faktor penerimaan Penggunaan Quiperschool.com dengan Menggunakan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM) dan Theory of Planned Behavior (TPB) di SMA 7 Yogyakarta.* Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta.

PERATURAN / SERIAL

Bank for International Settlements. (1996). *Implications for Central Banks of the Development of Electronic Money.* Basle, October, page 1.

Bank Indonesia. (2005). Peraturan Bank Indonesia No. 7/46/PBI/2005 tentang Akad Peghimpunan dan Penyaluran Dana bagi Bank yang Melaksanakan Kegiatan Usaha Berdasarkan Prinsip Syariah.

Bank Indonesia . (2006). *Working Paper Upaya Meningkatkan Penggunaan Alat Pembayaran Non Tunai Melalui Pengembangan Non Tunai.* <http://bi.go.id>

Bank Indonesia. (2006). *Kajian Operasional E-Money.* <http://bi.go.id>.

Bank Indonesia. (2006). *Paper Kajian Operasional E-Money.* <http://bi.go.id>.

Bank Indonesia. (2006). *Working Paper Dampak Pembiayaan Non Tunai Terhadap Perekonomian dan Kebijakan Moneter.* <http://bi.go.id>.

Bank Indonesia. (2009), Peraturan Bank Indonesia Nomor: 11/12/PBI/2009 Tentang Uang Elektronik.

Bank Indonesia. (2015). Peraturan Bank Indonesia Nomor: 17/24/PBI/2015 Tentang Rekening Giro di Bank Indonesia.

Bank Indonesia. (2016). *Laporan Jumlah Uang Elektronik Beredar_2015.* <http://bi.go.id>.

Kemenristek Dikti. (2015).

Fatwa Dewan Syariah Nasional Nomor 28/DSN-MUI/III/2002, tentang jual beli mata uang (*Al-shraf*), 89akarta tertanggal 28 Maret 2002.

WEBSITE

<http://www.ugm.ac.id/id/tentang-ugm/1356-sejarah>

<https://www.uny.ac.id/profil/tentang-uny>

LAMPIRAN

Lampiran I:

Kuesioner Penelitian

KUESIONER PENELITIAN



Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Sunan Kalijaga
Yogyakarta

Hari/Tanggal :

No. Kuisisioner :

Dengan Hormat,

Kuisisioner ini ditujukan untuk keperluan Skripsi mengenai “Minat Penggunaan Produk E-money di Kalangan Mahasiswa (Analisis Faktor Pengaruh Berdasarkan Perspektif TAM dan TPB)”. Sehubungan dengan hal tersebut penulis mengharapkan bantuan Bapak/Ibu/Saudara/I untuk mengisi kuisisioner ini dengan memberikan penilaian secara obyektif. Kuisisioner penelitian ini murni hanya untuk tujuan akademis semata dan segala data yang diisikan akan dijaga kerahasiaannya. Atas bantuan dan partisipasinya saya ucapkan terima kasih.

Salam,

Ahmad Ma’ruf.

Petunjuk pengisian kuisisioner:

- Berikut adalah beberapa petunjuk pengisian kuisisioner:
- Bacalah semua pertanyaan dengan baik,
- Berilah tanda silang (x) untuk menjawab setiap pertanyaan,
- Dalam menjawab pertanyaan dalam kuisisioner ini, tidak ada jawaban dianggap salah.
- Keterangan :

SS	: Sangat Setuju	STS	: Sangat Tidak Setuju
S	: Setuju	TS	: Tidak Setuju
AS	: Agak Setuju	KS	: Kurang setuju

Profil Responden :

1. Usia
 - a. < 20 tahun
 - b. 20 – 25 tahun
 - c. 26 – 30 tahun
 - d. > 30 tahun
2. Jenis kelamin
 - a. Pria
 - b. Wanita

3. Pendidikan Saat ini / Pendidikan terakhir
 - a. Sarjana (S1) atau sederajat
 - b. Sarjana (S2) atau sederajat
4. Perguruan Tinggi
 - a. Universitas Gadjah Mada
 - b. Universitas Negeri Yogyakarta
 - c. UIN Sunan Kalijaga

Pertanyaan :

No	Perceived Usefulness (PU)	STS	TS	KS	AS	S	SS
	Penggunaan e-money memungkinkan saya memperoleh manfaat berupa						
1	Proses penyelesaian pembayaran yang lebih cepat						
2	Ketelitian proses pembayaran yang lebih baik						
3	Rasa aman dalam bertransaksi						
4	Keuntungan berbentuk promosi yang menarik (misal: diskon parker dll)						
5	Pembayaran yang lebih efisien dibandingkan tunai						

No	Perceived Ease of Use (PEOU)	STS	TS	KS	AS	S	SS
	Sepengetahuan saya penggunaan e-money:						
6	Sangat mudah digunakan						
7	Sangat mudah dipahami						
8	Praktis						
9	Fleksibel						

No	Subjective Norm (SN)	STS	TS	KS	AS	S	SS
10	Keluarga menganjurkan saya untuk menggunakan e-money						
11	Rekan menganjurkan saya untuk menggunakan e-money						
12	Lingkungan menganjurkan saya untuk menggunakan e-money						

No	Perceived Behavioral Control (PBC)	STS	TS	KS	AS	S	SS
	Saya merasa, mempunyai cukup:						

13	<i>Pengetahuan</i> untuk menggunakan e-money						
14	<i>Kemampuan</i> untuk menggunakan e-money						
15	<i>Sumber daya</i> untuk menggunakan e-money						

No	Attitude toward Using (ATU)	STS	TS	KS	AS	S	SS
	Menurut saya e-money:						
16	Akan sangat diinginkan sebagai alat pembayaran						
17	Sangat berguna sebagai alat pembayaran						
18	Sangat baik untuk digunakan sebagai alat pembayaran						
19	Menyenangkan untuk digunakan						

No	Behavioral Intention to Use (BIU)	STS	TS	KS	AS	S	SS
20	Saya berniat untuk menggunakan e-money sebagai alat pembayaran dalam bertransaksi						
21	Saya berpikir bahwa saya akan mencoba menggunakan e-money sebagai alat pembayaran pada saat melakukan transaksi						
22	Saya berencana akan menggunakan e-money sebagai alat pembayaran pada saat melakukan transaksi						

*** terima kasih atas partisipasinya ***

Lampiran II:

Hasil Evaluasi Pengukuran

Hasil Uji Validitas Konvergen**Nilai Loading Factor**

INDIKATOR	ATU	BIU	PBC	PEOU	PU	SN	KETERANGAN (Lolos = Loading > 0.6)
ATU01	0.729						Lolos
ATU02	0.813						Lolos
ATU03	0.817						Lolos
ATU04	0.747						Lolos
BIU01		0.896					Lolos
BIU02		0.826					Lolos
BIU03		0.843					Lolos
PBC01			0.881				Lolos
PBC02			0.833				Lolos
PBC03			0.862				Lolos
PEOU01				0.866			Lolos
PEOU02				0.848			Lolos
PEOU03				0.652			Lolos
PEOU04				0.610			Lolos
PU01					0.794		Lolos
PU02					0.824		Lolos
PU03					0.793		Lolos
PU04					0.620		Lolos
PU05					0.814		Lolos
SN01						0.856	Lolos
SN02						0.838	Lolos
SN03						0.730	Lolos

Nilai Average Variance Extracted (AVE)

VARIABEL	Average Variance Extracted (AVE)	KETERANGAN (LOLOS > 0.5)
ATU	0.604	Lolos
BIU	0.732	Lolos
PBC	0.738	Lolos
PEOU	0.567	Lolos
PU	0.597	Lolos
SN	0.656	Lolos

Hasil Uji Validitas Diskriminan

Nilai Cross Loading

INDIKATOR	ATU	BIU	PBC	PEOU	PU	SN
ATU01	0.729	0.412	0.387	0.276	0.400	0.351
ATU02	0.813	0.471	0.440	0.445	0.439	0.441
ATU03	0.817	0.528	0.445	0.519	0.536	0.498
ATU04	0.747	0.493	0.503	0.430	0.420	0.438
BIU01	0.610	0.896	0.712	0.616	0.651	0.641
BIU02	0.446	0.826	0.594	0.453	0.513	0.487
BIU03	0.512	0.843	0.633	0.516	0.561	0.576
PBC01	0.572	0.704	0.881	0.614	0.578	0.633
PBC02	0.377	0.610	0.833	0.577	0.632	0.577
PBC03	0.515	0.637	0.862	0.608	0.608	0.644
PEOU01	0.426	0.589	0.683	0.866	0.834	0.871
PEOU02	0.430	0.496	0.539	0.848	0.791	0.844
PEOU03	0.452	0.432	0.455	0.652	0.447	0.482
PEOU04	0.361	0.321	0.377	0.610	0.467	0.429
PU01	0.483	0.510	0.537	0.612	0.794	0.662
PU02	0.367	0.591	0.680	0.827	0.824	0.840
PU03	0.475	0.449	0.482	0.784	0.793	0.776
PU04	0.364	0.466	0.527	0.441	0.620	0.474
PU05	0.557	0.593	0.499	0.659	0.814	0.634
SN01	0.397	0.526	0.604	0.826	0.798	0.856
SN02	0.422	0.491	0.552	0.839	0.775	0.838
SN03	0.559	0.619	0.597	0.523	0.570	0.730

Hasil Uji Reliabilitas

Nilai Cronbach's Alpha

VARIABEL	Cronbach's Alpha	KETERANGAN (Lolos > 0.6)
ATU	0.782	Lolos
BIU	0.817	Lolos
PBC	0.822	Lolos
PEOU	0.738	Lolos
PU	0.829	Lolos
SN	0.735	Lolos

Nilai Composite Reliability

VARIABEL	Composite Reliability	KETERANGAN (Lolos > 0.6)
ATU	0.859	Lolos
BIU	0.891	Lolos
PBC	0.894	Lolos
PEOU	0.836	Lolos
PU	0.880	Lolos
SN	0.851	Lolos

Lampiran III:

Hasil Uji Evaluasi Model Struktural

Nilai *R-squares*

VARIABEL	R Square	KET (0,67=Kuat), (0,33=Moderat) dan (0,19=Lemah)
ATU	0.345	Moderat
BIU	0.645	Moderat
PEOU	0.488	Moderat
PU	0.815	Kuat

Nilai F-square effect size

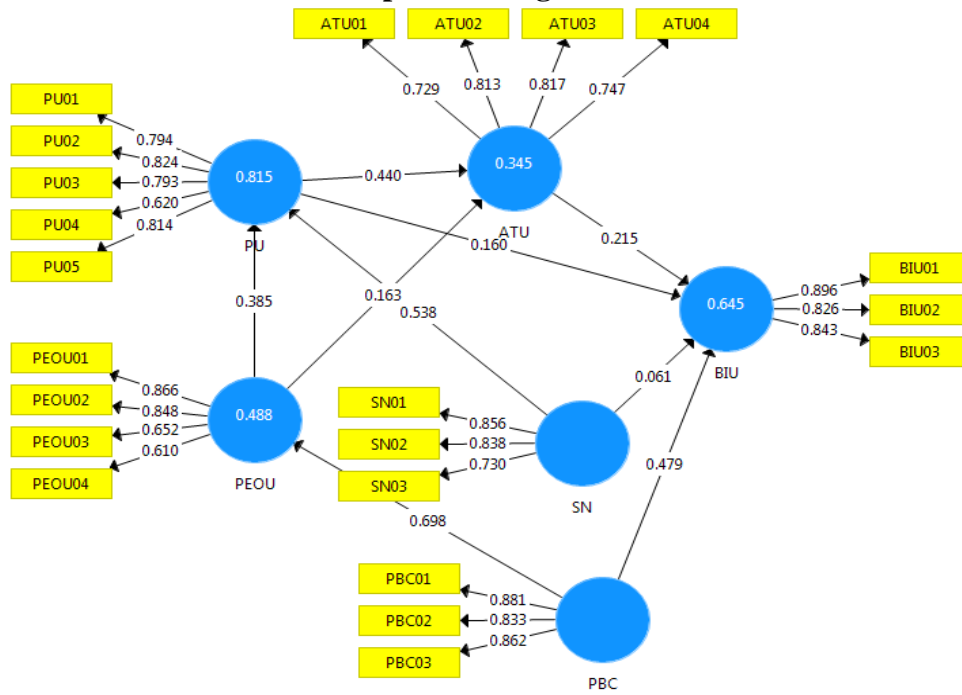
VARIABEL	ATU	BIU	PBC	PEOU	PU	SN
ATU		0.079				
BIU						
PBC		0.279		0.952		
PEOU	0.010				0.138	
PU	0.070	0.014				
SN		0.002			0.271	

Hasil Uji Signifikansi

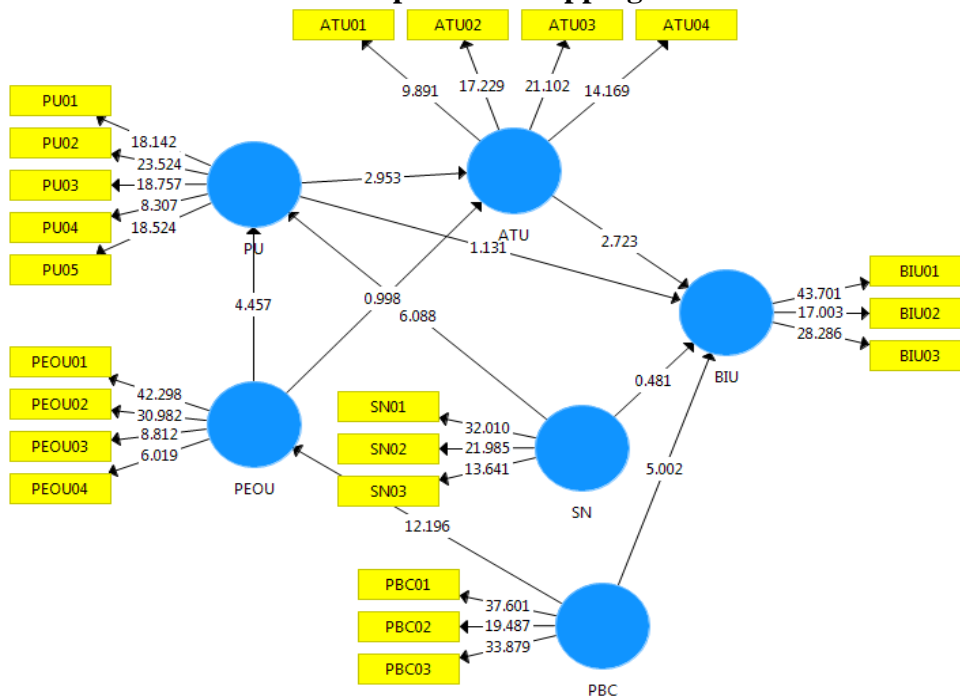
Nilai Koefisien Jalur dan *T-statistics*

	Original Sample (O)	T Statistics (O/STDEV)	KESIMPULAN
ATU -> BIU	0.215	2.723	Diterima (signifikan)
PBC -> BIU	0.479	5.002	Diterima (signifikan)
PBC -> PEOU	0.698	12.196	Diterima (signifikan)
PEOU -> ATU	0.163	0.998	Ditolak
PEOU -> PU	0.385	4.457	Diterima (signifikan)
PU -> ATU	0.440	2.953	Diterima (signifikan)
PU -> BIU	0.160	1.131	Ditolak
SN -> BIU	0.061	0.481	Ditolak
SN -> PU	0.538	6.088	Diterima (signifikan)

Output PLS Algorithm



Output Bootstrapping



Lampiran IV:

Data Kuesioner Penelitian

PU 01	PU 02	PU 03	PU 04	PU 05	PEOU 01	PEOU 02	PEOU 03	PEOU 04	SN 01	SN 02	SN 03	PBC 01	PBC 02	PBC 03	ATU 01	ATU 02	ATU 03	ATU 04	BIU 01	BIU 02	BIU 03
5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	6	5	6	6	5	6	5	5	5	5	5	5
4	5	3	5	3	4	3	5	5	4	4	4	6	5	4	4	4	4	4	4	4	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	6	5	5	4	5	5	5	5	5
6	6	5	6	5	6	5	6	6	5	5	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
5	5	6	5	6	5	4	5	5	5	4	5	5	5	4	6	6	5	3	4	4	5
5	5	6	5	6	6	5	5	6	6	5	5	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	5	4	5	4	4	4
6	6	6	6	6	5	5	5	6	5	5	4	5	6	4	5	4	5	4	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
6	5	6	5	6	6	6	6	5	6	6	5	5	5	5	5	6	5	5	5	5	5
6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	4	5	4	5	3	3	5	5	4	3	5	4	4	4	5	5	5	5	4	4	5
5	3	5	3	5	4	3	4	5	4	3	3	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4
6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	5	6	6	6	5	6	5	6	5	5	5
6	3	6	3	6	5	4	6	5	5	4	5	4	4	4	6	6	6	6	4	5	5
5	5	5	5	5	5	5	6	4	5	5	4	5	5	5	2	4	4	3	4	4	5
5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	6	6	6	4	4	4	4
6	6	5	5	5	6	5	6	6	6	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	4
4	5	4	5	5	5	4	6	5	5	4	5	5	5	4	3	6	5	5	5	5	5
5	3	4	3	5	3	4	6	4	3	4	4	4	3	4	5	5	4	6	4	4	5
5	3	4	3	5	3	4	6	4	4	4	4	4	3	4	5	5	4	6	4	4	5
5	4	4	4	5	4	4	5	5	5	4	2	2	3	3	4	5	5	4	3	3	3
5	6	5	4	6	6	5	6	4	6	5	3	4	5	4	3	4	4	4	4	3	5
5	6	5	4	6	6	5	6	4	6	5	3	4	5	4	3	4	4	4	4	3	5
5	4	4	5	4	4	4	5	5	4	4	4	5	5	3	5	5	5	5	5	4	4
4	4	4	4	5	4	4	5	5	4	4	3	4	4	3	4	5	5	4	4	5	4
5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5
5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
6	6	4	4	6	6	4	6	6	6	4	6	4	5	5	5	5	6	4	5	6	5
5	4	5	6	5	4	5	6	5	4	5	6	4	5	3	5	6	6	5	6	5	6
5	4	4	6	5	4	4	4	4	4	4	2	2	5	3	4	4	4	2	4	4	4
5	5	5	6	6	5	5	6	4	5	5	5	5	5	5	6	6	5	6	5	5	5
5	4	6	3	5	4	6	6	5	4	6	2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	4	4	4	5	4	4	5	5	4	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5
6	5	5	5	6	5	5	6	6	5	5	5	5	5	5	5	6	6	5	5	5	5
3	2	2	2	2	2	2	4	2	3	2	2	2	2	2	5	3	2	2	1	2	3
5	5	4	4	5	5	4	4	5	5	4	3	3	5	4	4	4	4	4	4	4	4
4	3	3	4	4	3	3	4	3	3	3	2	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4

5	5	4	4	5	5	4	4	5	5	4	3	3	5	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	4	6	6	6	6	6	6	6	5	5	5
5	5	5	2	5	5	5	6	3	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	6	5	5
6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	5	6	6	6	6	6
5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	3	3	3	5	5	5	4	5	4	4
5	6	6	4	6	6	6	5	5	6	6	6	5	5	5	5	6	6	5	5	5	6
5	5	4	6	5	5	4	6	5	5	4	4	5	6	5	5	4	5	5	6	5	5
5	6	4	4	6	6	4	6	6	6	4	5	5	4	5	5	6	6	5	6	6	6
5	5	4	5	6	5	4	5	6	5	4	6	5	5	4	5	6	6	4	6	5	5
6	6	5	4	6	6	5	5	6	6	5	5	6	5	5	5	6	5	5	5	4	6
6	5	6	4	6	5	6	6	6	5	6	6	5	5	6	6	6	6	5	6	5	5
6	6	5	6	6	6	5	6	6	6	5	6	6	6	6	5	5	5	6	6	5	6
6	6	5	6	5	6	5	5	5	6	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	6
6	5	5	5	6	5	5	6	5	5	5	6	6	6	5	5	6	4	5	5	6	5
6	6	6	5	6	6	6	6	6	6	6	6	6	5	6	5	5	5	5	6	5	5
6	6	4	5	6	6	4	5	4	6	4	5	6	6	6	5	6	5	6	5	6	5
6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	5	6	5	6
5	5	5	4	6	5	5	6	6	5	5	5	6	5	5	4	6	6	5	5	5	6
6	6	6	5	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	5	4	5	6	5	5	5	5
6	5	6	5	5	5	6	6	5	5	6	6	5	6	5	4	5	4	5	5	5	6
6	6	5	4	6	6	5	6	6	6	5	6	6	5	6	5	5	6	5	6	6	6
6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	5	6	6	5	6	5	6
6	4	6	5	5	4	6	5	5	4	6	4	4	3	3	3	5	5	4	4	3	4
4	6	6	6	5	6	6	6	5	6	6	2	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5
4	6	6	6	5	6	6	6	5	6	6	2	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5
4	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3
6	6	6	5	6	6	6	5	5	6	6	6	6	6	6	4	5	6	5	6	5	5
5	6	4	4	6	6	4	4	6	6	4	2	5	6	4	4	5	4	4	5	6	4
6	4	5	5	6	4	5	6	4	4	5	4	4	6	6	5	5	4	5	6	5	5
5	5	5	4	6	5	5	6	5	5	5	4	6	5	4	4	6	5	5	6	5	5
6	6	6	4	6	6	6	6	6	6	6	6	6	5	6	5	5	5	5	6	6	6
6	6	6	5	6	6	6	6	6	6	6	5	6	4	5	5	4	6	6	6	5	5
5	5	4	6	6	5	4	5	6	4	4	6	5	6	4	5	6	5	4	5	6	5
6	6	5	5	6	6	5	6	5	5	5	6	5	4	5	4	4	6	5	6	4	4
6	6	5	6	6	6	5	6	6	6	5	5	6	5	5	5	5	6	5	6	6	6
6	6	5	4	6	6	5	6	5	6	5	6	6	5	5	6	5	6	5	6	5	5
5	6	6	5	6	6	6	6	5	6	6	5	4	5	5	5	6	5	4	5	4	5
6	6	5	6	6	6	5	4	4	6	5	6	5	5	4	6	4	5	4	5	5	5
6	6	6	5	6	6	6	4	5	6	6	5	4	5	6	5	4	5	4	5	5	5
6	6	6	6	6	6	6	6	5	6	6	6	6	6	5	6	5	5	6	6	5	5
5	5	4	5	5	5	4	6	5	5	4	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5
6	6	6	3	5	6	6	6	6	6	6	5	5	5	4	5	5	5	4	5	4	5

6	5	4	6	6	5	4	5	5	5	4	4	5	5	6	5	6	5	4	5	5	6
6	6	6	3	6	6	6	6	4	6	6	5	5	4	6	5	6	5	6	5	5	5
6	6	6	6	6	6	6	6	4	6	6	4	5	6	4	5	5	5	5	5	6	5
6	6	6	5	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	5	5	5	5	4	6	4	5
6	6	6	5	6	6	6	5	4	6	6	6	5	5	5	4	5	5	4	5	6	5
6	6	6	6	6	6	6	6	5	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	5	6
5	6	5	4	6	6	5	6	6	6	5	6	6	5	5	4	5	5	4	6	5	5
6	6	6	6	6	6	6	6	5	6	6	6	4	6	5	5	5	4	5	6	6	6
6	6	5	6	6	6	5	5	6	6	5	4	5	5	5	6	5	6	5	5	5	5
6	6	5	5	6	6	5	6	5	6	5	6	6	5	6	5	5	6	4	6	5	6
6	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	6	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	6	6	6	5	6	5	5	5	6	5	5	6	5	6	5	5	6	6	5	5
5	5	5	5	5	5	5	6	5	5	5	5	6	6	5	4	5	5	5	6	5	5
5	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	5	6	5	5	6	6	6	6	5	5
6	6	6	6	6	6	6	5	6	6	6	5	5	6	4	5	5	5	4	5	5	5
6	5	5	6	5	5	5	6	5	5	5	4	5	5	4	5	6	6	5	6	5	5
5	6	6	5	5	6	6	5	6	6	6	6	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5
5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	4	6	6	5	4	5	6	5	4	6	6	6	5	5	5	5	5	6	6	6
5	4	4	3	5	4	4	5	3	4	4	5	5	4	4	4	5	5	5	5	4	6
5	5	5	6	6	5	5	5	5	5	5	6	5	5	5	6	6	6	6	5	4	5
5	6	5	5	6	6	5	5	5	6	5	6	5	5	5	5	5	5	5	6	5	6
6	6	6	6	5	6	6	6	6	6	6	6	5	6	5	5	5	4	5	5	5	6
5	6	5	6	5	6	5	6	5	6	5	6	6	6	6	5	5	5	5	5	5	5
5	6	5	5	5	6	5	5	5	6	5	6	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
6	5	5	6	6	5	5	6	5	5	5	6	5	5	6	5	6	6	5	5	5	5
6	6	6	6	6	6	6	5	5	6	6	6	5	5	5	6	5	5	5	6	6	5
6	5	5	6	5	5	5	5	5	5	5	5	5	6	5	5	5	4	5	5	5	6
6	6	6	6	5	6	6	5	4	6	6	5	5	6	5	5	5	5	5	6	5	6
6	6	5	6	6	6	5	6	5	6	5	6	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5
5	5	4	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5
6	5	5	6	5	5	5	6	4	5	5	6	6	5	5	6	6	6	6	6	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
6	5	5	6	6	5	5	5	5	5	5	5	6	5	6	5	5	5	5	6	6	6
5	5	5	6	6	5	5	6	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
6	5	5	6	6	5	5	5	5	5	5	5	5	6	6	5	5	5	5	5	5	5
5	6	4	6	5	6	4	5	5	6	4	5	6	5	6	5	5	5	4	6	5	5
6	6	6	5	5	6	6	6	4	6	6	5	6	6	6	5	5	5	5	6	6	6
5	5	5	6	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	6	5	5	5	6	5
6	6	6	6	6	6	6	6	5	6	6	6	6	6	5	5	6	5	5	6	6	6
5	5	5	5	6	5	5	5	5	5	5	5	6	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	6	6	5	6	6	6	6	6	6	6	3	5	5	5	6	6	6	6	5	5	5
5	6	5	5	6	6	5	5	5	6	5	5	5	5	5	5	5	5	6	5	5	6

6	6	6	6	6	6	6	6	5	6	6	5	6	5	5	5	6	6	6	6	5	5
6	6	6	6	6	6	6	5	5	6	6	5	6	5	4	5	6	5	6	6	5	6
6	5	5	6	5	5	5	6	5	5	5	6	6	6	6	6	6	5	5	6	5	5
6	6	5	6	6	6	5	6	4	6	5	5	6	6	6	6	6	6	6	6	5	6
6	6	6	5	6	6	6	5	5	6	6	6	6	6	6	6	6	6	5	6	6	6
5	6	6	6	6	6	6	6	4	6	6	6	6	5	5	5	6	5	6	6	6	6
6	6	6	6	6	6	6	6	5	6	6	6	6	6	5	5	6	5	6	5	5	5
5	5	5	5	6	5	5	6	5	5	5	5	5	6	5	5	6	5	5	5	5	5
6	6	5	6	6	6	5	6	4	6	5	5	6	6	6	5	6	6	6	6	5	6
6	6	5	6	6	6	5	6	5	6	5	6	6	6	5	5	6	6	6	6	5	5
6	6	5	6	6	6	5	6	5	6	5	6	6	6	5	6	6	6	5	6	5	6
6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	5	6	6	5	5	5	5	6	5	5	5
6	6	6	6	6	6	6	5	5	6	6	5	6	6	5	6	6	5	5	6	5	5
6	6	6	6	6	6	6	6	4	6	6	6	6	6	6	6	6	6	5	6	6	6

Lampiran V:

Transkrip Wawancara 16 November 2016

Responden 1

Inisial : LP
 Jenis kelamin : Perempuan
 Perguruan Tinggi : UGM
 Lama pemakaian *e-money*: 1 tahun

Responden 2

Inisial : MSH
 Jenis Kelamin : Perempuan
 Perguruan Tinggi : UNY
 Lama pemakaian *e-money*: > 2 tahun

Responden 3

Inisial : DPA
 Jenis Kelamin : Perempuan
 Perguruan Tinggi : UIN Yogyakarta
 Lama pemakaian *e-money*: 1 tahun

Pertanyaan dan Jawaban

1. Apakah anda merasa mudah dalam menggunakan produk *e-money* yang anda pakai selama ini?

LP : *“Dari segi penggunaan memang mudah, fiturnya juga mudah, tapi aku kadang punya kendala ketika jaringan yang kita pakai mengalami gangguan. Kebetulan e-money yang aku pakai yang juga ketergantungan sama internet. Akhirnya saat itu aku pakai uang cash untuk menyelesaikan transaksi di salah satu minimarket. Kejadian-kejadian yang seperti itu yang kadang bikin sulit, apalagi kalo lagi buru-buru”.*

MSH: *“Mudah, kita tinggal akses ke nomor penyedia layanan e-money nya aja, setelah itu kita dapat menu pembayaran yang akan kita gunakan. Tapi susah juga kalau lagi susah jaringan. Selain itu kurang fleksibel juga, soalnya nggak di setiap tempat bisa pakai e-money”.*

DPA: *“Awalnya masih bingung tapi kalau sudah terbiasa pasti gampang. Kesulitannya itu kalo kegagalan system, jadi transaksi kita nggak bakal bisa. Harus diulang-ulang terus sampai system kembali normal.”*

2. Dari segi kemanfaatan, apa saja manfaat yang didapat dari produk *e-money* yang anda pakai?

LP : *“Kalo buat bayar di beberapa makanan cepat saji aku dapat diskon 10 - 20 %. Tapi masih terbatas hanya di tempat-tempat tertentu saja. Harapannya sih bisa dipakai di lebih banyak merchant”.*

MSH: *“Nominal pembayarannya jelas”*.

DPA: *“Transaksi memang lebih cepat, tapi masih berisiko. Aku pakai yang kartu, jadi kalau hilang ya uangnya ikut hilang”*.

3. Apakah ada anjuran dari pihak luar (norma subyektif) yang anda terima untuk menggunakan produk *e-money* yang anda pakai?

LP : *“Aku pakai ini sih karena keinginanku sendiri, soalnya aku kadang butuh. Selain itu lingkungan juga mengharuskan buat pakai itu.”*

MSH : *“Nggak ada, aku pakai karena keinginanku sendiri. Selain itu karena faktor tempat-tempat khusus yang memang menyediakan pembayaran pakai ini (*e-money*)”*.

DPA : *“Nggak ada, dulu aku bikin sendiri”*.

4. Menurut anda apakah tren penggunaan *e-money* oleh masyarakat khususnya mahasiswa akan mengalami kenaikan atau bahkan sebaliknya?

LP: *“Menurutku sih biasa aja soalnya ya itu tadi, karena bergantung sama jaringan jadi kalau jaringannya sulit diakses transaksi nggak bisa dilakukan. Kan kalau seperti itu jadi nggak enak juga transaksinya, ya kurang menyenangkan lah”*.

MSH: *“Kalau menurutku belum bisa mengalami kenaikan, karena masih terdapat kesulitan-kesulitan kalau dalam kondisi tertentu, dan kurang fleksibel”*.

DPA: *“Kalau aku kayaknya nggak akan naik, soalnya masih kurang aman. Selain itu suka gagal sistemnya”*.

5. Apakah anda akan tetap menggunakan produk *e-money* tersebut, atau berencana beralih ke alat pembayaran yang lain?

LP: *“Aku mau bikin *e-banking*. sekarang ini aku jarang pakai *e-money*, paling kalau mau pakai ya cuma nyari diskonnya aja baru aku isi lagi”*.

MSH: *“Sudah jarang ku pakai sekarang”*

DPA: *“Untuk sementara ini aku masih pakai tapi, kedepannya aku mau pakai produk yang dari Telkomsel”*.

Lampiran VI:**CURRICULUM VITAE****Data Pribadi**

Nama : Ahmad Ma'ruf
 Tempat, Tanggal Lahir : 01 Mei 1994
 Alamat : Gumelar Kidul, RT 08 RW 02 Kec. Tambak Kab. Banyumas
 Jawa Tengah
 Kode Post : 53196
 Nomor Telepon : 085 747494 308
 Email : maruf.ahmad13@yahoo.com
 Jenis Kelamin : Laki-laki
 Status Marital : Belum menikah
 Warga Negara : Indonesia
 Agama : Islam
 Nama Ayah : Achmad Djuhri
 Nama Ibu : Musriyah
 Alamat : Gumelar Kidul, RT 08 RW 02 Kec. Tambak Kab. Banyumas
 53196, Jawa Tengah

Riwayat Pendidikan

Pendidikan Formal

Periode			Sekolah / Institusi / Universitas	Jurusan	Jenjang
2000	-	2006	SD N Pamriyan Gumelar Kidul - Banyumas	-	Sekolah Tingkat Dasar
2006	-	2009	MTs NATA Tambak Banyumas	-	Sekolah Tingkat Menengah
2009	-	2012	MA NATA Tambak Banyumas	IPS	Sekolah Tingkat Atas
2012	-	Sekarang	UIN SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA	Perbankan Syariah	Perguruan Tinggi

Pendidikan Non Formal

1. PONDOK PESANTREN NAHDLTOTU TALAMIDZ JOMBOR BANYUMAS (2009 – 2010)
2. PONPES API AL-ANWAR SUMPIUH (2009)
3. PONPES AL-LUQMANYAH YOGYAKARTA (2013)

(Ahmad Ma'ruf)